

PUP6 艺术与设计类规划教材

21世纪全国高职高专艺术设计系列技能型规划教材

商业包装设计

主 编 易晓湘



· 剖析前沿应用设计案例，开拓设计视野

· 详解真实包装设计流程，增强设计能力







说　明

本书版权属于北京大学出版社有限公司。版权所有，侵权必究。

本书电子版仅提供给高校任课教师使用，如有任课教师需要全本教材浏览或需要本书课件等相关教学资料，请联系北京大学出版社客服，微信手机同号：15600139606，扫下面二维码可直接联系。

由于教材版权所限，仅限任课教师索取，谢谢！



21世纪全国高职高专艺术设计系列技能型规划教材

商业包装设计

主　编　易晓湘
副主编　闻立鸥　陈　谦　韦　云
　　　　李天航　衣长存
主　审　梁　露

北京大学出版社版权所有
禁止转载

北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内容简介

本书根据高职艺术专业包装设计课程的特点编写，针对高职教育培养高技能型人才的特点，以项目实践的方式引导学生逐步掌握商品包装设计的思路和方法。

本书共6章，主要包括包装设计基础知识、包装项目实训等内容。实训章节选取了不同包装类别中具有代表性的实训项目，完整地介绍了项目完成的整个流程及设计制作要点，重点培养学生的实践能力，同时也注重提升学生的设计素养。力求通过本书学习使学生对商品包装设计有一个整体的认识，能够将理论知识和设计技巧有效结合起来，灵活应用于商品包装设计创意与制作。

图书在版编目(CIP)数据

商业包装设计/易晓湘主编. —北京：北京大学出版社，2012.1
(21世纪全国高职高专艺术设计系列技能型规划教材)
ISBN 978-7-301-19554-3

I. ①商… II. ①易… III. ①商品包装—设计—高等职业教育—教材 IV. ①J524.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第194470号

书　　　名：商业包装设计
著作责任者：易晓湘　主编
策 划 编 辑：孙　明
责 任 编 辑：翟　源
标 准 书 号：ISBN 978-7-301-19554-3/J・0400
出　版　者：北京大学出版社
地　　　址：北京市海淀区成府路 205 号　100871
网　　　址：http://www.pup.cn　http://www.pup6.cn
电　　　话：邮购部 62752015　发行部 62750672　编辑部 62750667　出版部 62754962
电 子 邮 箱：pup_6@163.com
印　刷　者：
发　行　者：北京大学出版社
经　销　者：新华书店
787mm × 1092mm　16 开本　7.25 印张　162 千字
2012 年 1 月第 1 版　2012 年 1 月第 1 次印刷
定　　　价：36.00 元

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有　侵权必究　　　举报电话：010-62752024
电子邮箱：fd@pup. pku. edu. cn

北京大学出版社版权所有
禁止转载

前　言

“商业包装设计”是设计专业开设的一门专业必修课程。课程的培养目标是通过学习帮助学生建立商品包装设计的基本概念框架，掌握商品包装设计的基本技能、工艺流程和操作程序，能够将商品包装设计的基础知识和设计技能融会贯通，灵活地进行商品包装设计创意与制作。本书是基于课程培养目标并结合作者多年教学实践经验来进行设计构架的，注重培养学生进行商品包装设计需要的各种能力，能很好地和课堂教学结合起来。总体来说，本书在结构、形式、内容上体现了如下特色。

1．包装设计理论和实际包装项目相结合

“商业包装设计”是一门实用性很强的课程，十分注重学生实际动手能力的培养，同时又不能缺乏包装理论的有效支撑。因此，本书在内容安排上采用了理论和实际包装项目相结合的形式，将必要的商品包装理论知识（包装设计概述、包装的分类、包装设计的基本元素、包装造型与结构、包装材料、包装印刷工艺）安排在第1章，使读者在一开始就能对商品包装设计的各方面有一个较为详细的了解。然后根据商品包装设计的几个主要类别，安排设计了5个项目案例章节，分别是食品包装设计，酒包装设计，日用品包装设计，电子产品包装设计，玩具、礼品包装设计。每个项目章节又将设计要点和操作步骤结合起来，完整地介绍了商品包装项目完成的整个流程。

项目章节具体内容安排如下：

一、全章导言	整体介绍本章节的教学要点和内容安排
二、精品赏析	通过点评优秀的包装设计案例帮助读者形成良好的设计意识
三、项目综述	对本章节包装分类的设计要点和将要完成项目进行介绍
四、项目要求	本项目需要的环境要求和知识准备
五、操作步骤	按照调研分析、设计定位、设计制作的顺序详细介绍项目的整个完成流程
六、项目小结	从各个角度对本项目进行总结
七、课后训练	安排相关设计项目帮助读者巩固知识

2．注重将艺术设计知识和技能与计算机知识技能相结合

随着计算机技术的发展，现代包装设计从设计到输出已离不开计算机的辅助，怎样将设计创意通过计算机完美地呈现出来，是设计者需要面对的重要问题。目前市场上的包装设计类书籍主要以介绍包装设计的方法与技巧为主，缺乏艺术设计知识和技能与计算机知识技能相结合的内容。本书的特色之一是按照学生的认知规律，将艺术设计知识和技能与计算机知识技能相结合。在每个项目章节的“操作步骤”环节，详细介绍了使用设计软

北京大学出版社版权所有
禁止转载

件制作商品包装的每一个具体步骤，帮助读者很快掌握运用设计软件制作商品包装的基本流程和方法。

本书结构清晰，层次分明，具有较强的实用性，适合用作艺术院校包装设计课程教材。

由于时间有限，书中难免存在疏漏之处，希望广大读者能够给予批评指正。

编　者

2011年11月


北京大学出版社版权所有
禁止转载

目　　录

第1章　包装设计基础知识........................1

1.1　包装设计概述........................2
1.2　包装的分类........................5
1.3　包装设计的基本元素........................6
1.4　包装造型与结构........................11
1.5　包装材料........................16
1.6　包装印刷工艺........................21

第2章　项目一　食品包装设计...........23

2.1　全章导言........................24
2.2　精品赏析........................24
2.3　项目综述........................26
2.4　项目要求........................29
2.5　操作步骤........................30
2.6　项目小结........................40
2.7　课后训练........................40

第3章　项目二　酒包装设计.............41

3.1　全章导言........................42
3.2　精品赏析........................42
3.3　项目综述........................43
3.4　项目要求........................45
3.5　操作步骤........................46
3.6　项目小结........................56
3.7　课后训练........................56

第4章　项目三　日用品包装设计.......57

4.1　全章导言........................58
4.2　精品赏析........................58
4.3　项目综述........................59
4.4　项目要求........................63
4.5　操作步骤........................63
4.6　项目小结........................71
4.7　课后训练........................71

第5章　项目四　电子产品包装设计....73

5.1　全章导言........................74
5.2　精品赏析........................74
5.3　项目综述........................76
5.4　项目要求........................77
5.5　操作步骤........................78
5.6　项目小结........................90
5.7　课后训练........................90

第6章　项目五　玩具、礼品包装设计........................91

6.1　全章导言........................92
6.2　精品赏析........................92
6.3　项目综述........................94
6.4　项目要求........................97
6.5　操作步骤........................98
6.6　项目小结........................105
6.7　课后训练........................106

参考文献........................107

北京大学出版社版权所有
禁止转载

第1章　包装设计基础知识



北京大学出版社版权所有
禁止转载

1.1　包装设计概述

包装作为人类智慧的结晶，最早出现在生活、生产中时突出的是功能性。早在公元前3000年，埃及人便开始用手工方法熔铸、吹制原始的玻璃瓶，用于盛装物品。在人类历史发展的长河中，包装设计随着人类文明的向前推进，也得到了不断发展。最初，包装的主要功能体现在其对物品的容纳、保护上。但现在，随着社会生产力的不断智能化和经济的全球化发展，人们的生活水平不断向高档次、高品位迈进，因而对商品包装设计的科学性、艺术性及合理性的要求越来越高。包装不再仅仅停留在容纳、保护商品的层面，它已给人们带来了艺术与科技完美结合的视觉愉悦以及超值的心理享受，既要对包装进行良好的技术设计以保护和表征产品的完整品质，又要使其兼备良好的视觉效果以确保商品的顺利销售。可以说现代包装制品既是一种商品，更是一种艺术品，是二者的完美结合体。例如图1.1～图1.5所示的现代商品包装实例。

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图1.1　包装实例一



图1.2　包装实例二



图1.3　包装实例三



图1.4　包装实例四



1. 包装的概念

关于包装的概念众说纷纭。由于每个时期经济发展情况不同，对商品的需求不同，每个国家的社会状况也不一样，因此对商品包装的理解和要求也不尽相同，以下是几个国家对包装的定义。



图1.5　包装实例五

美国的包装概念：包装是为产品的运输和销售所做的准备工作。

英国的包装概念：包装是为货物的运输和销售所做的艺术、科学和技术上的准备工作。

日本的包装概念：包装是使用适当的材料、容器而施以技术，使产品安全到达目的地，即产品在运输和保管过程中能保护其内部物品及维护物品的价值。

我国的包装概念：包装是在流通过程中保护产品，方便运输，促进销售，按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称。也指为了达到上述目的而在采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。

2. 包装的起源

早在原始社会，原始人为了储存食物与携带食物，采用树叶、贝壳、竹筒、葫芦等大自然材料来包装食物，目的在于保护、储存和移动食物或物品，这就是最原始的包装。

后来，由于生活和使用的需要，再随着物品交换的产生，人类需要把物品运到市场上去进行交换。经过手工的制造和发展，产生了皮袋、织袋、纸、布、陶器等包装用具，并赋予了包装使用和运输的功能。图1.6所示为旧时的糕点包装，现在仍旧被应用于一些民间特色糕点包装。

利用自然材料通过手工制作的包装用具虽然有很多的优点，但它不能满足大生产、大消费的时代要求。19世纪初，随着西方工业革命的发展、机器的发明和能源的开发，人们创造了丰富的产品，同时对产品包装工业也产生了巨大的影响。要将大量的产品迅速、安全地送到消费者手中，批量包装的作用就显得非常重要，因此机械化包装应运而生。发展到今天，绝大多数的产品包装都是通过生产线加工而成的。不仅如此，随着商品经济的发展和繁荣，人们扩展了包装的内涵。在保证包装的基本功能以外，开始注重包装的外表和包装的结构。要求商品不仅要满足物质上的需求，而且还要满足人们精神上的需求。



图1.6　旧时的糕点包装

包装发展史上又一个重要的阶段是，当商品销售发展到一定程度时，出现了超级市场或称自选商场，其销售方式具有快捷、方便、节省人力及供消费者自由选购

北京大学出版社版权所有 禁止转载

商品的优点。没有售货员向顾客介绍或宣传商品，因此商品就必须依靠它的包装去吸引顾客。于是商品的包装职能又增加了推销商品一项。在这种情形下，包装设计一定要能够鲜明、直观、准确地传达商品信息，并在形式上求新立异，吸引消费者。商品的包装设计已成为在激烈的市场竞争中决定胜败的关键。

3．包装的重要性

对一件商品而言，包装往往是给予人的第一视觉印象，在很多情况下人们会根据包装的优劣来选购商品。因此包装不仅应具备基本功能，还需满足消费者的审美要求。随着社会生产力和经济的日益发展，商品的包装日益普及和发达。人们日常生产、生活中所需要的一切物质资料产品，多数是经过精心包装后以商品的形式在市场上出现的。而且，许多商品的物质属性和内在品质已经与包装的外在形式浑然一体了。

包装设计是一门综合性的艺术设计课程，范围相当广泛。包装材料、包装设计与印刷及相关设备均属于包装的范畴。要学好该门课程，学生应在了解包装功能的基础上，同时掌握材料的选择、关系的选择、样式的确定、造型与结构的确定及设计程序的把握等相关知识，这样才能设计出科学美观的商品包装。

4．包装的功能

1）保护功能

保护功能是包装最基本的功能。保护商品的包装，不能简单地理解为是给商品一个防止外力入侵的外壳，实际上保护商品的意义是多重的，主要体现在以下几个方面。

（1）包装不仅要防止商品遭受物理性的损坏，如防冲击、防震动、耐压等，还要防止其遭受各种化学性及其他方式的损坏。如啤酒瓶的深色可以保护啤酒少受光线的照射，不变质。还有各种复合膜的包装可以在防潮、防光线辐射等几方面同时发挥作用。

（2）包装不仅要防止由外到内的损伤，也要防止由内到外产生的破坏。如化学品的包装，如果由于未达到要求而渗漏，就会对环境造成破坏。

（3）包装对产品的保护还有一个时间的问题。有的包装需要提供长时间甚至几十年不变的保护，如红酒。而有的商品则可以运用简单的方式进行包装，对保护时间要求不高。

2）便利功能

便利功能是指包装便于运输和装卸、便于保管与储藏、便于携带与使用、便于回收与进行废弃处理，主要体现在以下几个方面。

（1）时间方便性：科学的包装能为人们的活动节约宝贵的时间，如快餐、易开包装等(图1.7)。

（2）空间方便性：包装的空间方便性对降低流通费用至关重要。尤其是对于商品种类繁多、周转快的超市来说，货架的利用率十分受重视，因而他们会更加讲究包装的空间方便性。规格标准化包装、挂式包装、大型组合产品拆卸分装等类型的包装都能比较合理地利用物流空间，如图1.8所示。

（3）省力方便性：按照人体工程学原理，结合实践经验设计的合理包装，能够有效节省人的体力消耗，使人产生一种现代生活的享乐感。

北京大学出版社版权所有 禁止转载





图1.7　快餐包装



图1.8　超市货架陈列

3）促销功能

这是包装设计的重要功能之一。包装的形象不仅体现出生产企业的性质与经营特点，而且体现出商品的内在品质，还能够反映不同消费者的审美情趣，满足他们的心理与生理需求。促销功能以美感为基础，现代包装要求将“美化”的内涵具体化。在超市中，标准化生产的产品云集在货架上，不同厂家的商品只有依靠包装展现自己的特色，这些包装都以精巧的造型、醒目的商标、得体的文字和明快的色彩等艺术语言宣传自己。

1.2　包装的分类

商品包装种类繁多，不同的商品根据其特点和需求，需要不同的包装。对各种包装进行分类，从不同的角度来分也会产生不同的结果。具体来说，包装有以下几种分类方式。

（1）从形态上的分类：箱、桶、瓶、罐、杯、盆、袋等。

（2）从材料上的分类：金属、玻璃、陶瓷、塑料、纸、木、复合材料等。

（3）从技术方法上的分类：真空、充气、冷冻、收缩、贴体、组合等。

（4）从商品种类上的分类：食品、饮料、轻工、日用品、化工、医药、电器、纺织品、玩具等。

（5）从商品流通和商品本体上的分类：运输包装和销售包装两大类。

（6）从包装体量上的分类：大包装、中包装、小包装。

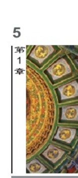
图1.9～图1.14显示了各种不同类型的包装。



图1.9　罐装—金属



图1.10　袋装—塑料



北京大学出版社版权所有
禁止转载



图1.11　瓶装—玻璃



图1.12　盒装—纸



图1.13　杯装—塑料



图1.14　箱装—纸

版权所有
禁止转载

1.3　包装设计的基本元素

1．包装的图形设计应用

图形是包装设计的一个重要元素。包装中图形的设计必须以吸引顾客注意为中心。图形对顾客的刺激较之品牌名称更具体、更强烈、更有说服力，并往往伴有即效性的购买行为。

在包装设计中图形的表现形式多种多样，表现手法也丰富多彩。按照表现形式大致可以分为具象图形、半具象图形、抽象图形、装饰图形。其中具象图形包括摄影、插画，图形内容可以是产品自身、原料、产地、消费对象等，如图1.15～图1.17所示；半具象图形则是在具象图形的基础上，通过适当夸张、变形使原来的图像更加单纯、简洁，更具吸引性、准确性和趣味性，如图1.18所示；抽象图形是由实物提炼、抽象而来的，主要通过基本的点、线、面组合而成。抽象图形的表现手法更加自由，形式多样，有较强的现代感，

容易给消费者带来更大的想象空间，如图1.19所示；装饰图形是指对自然形态进行主观的概括描绘，强调平面化、装饰性，具有比具象图形更简洁、比抽象图形更明晰的特点。装饰图形依照形式美法则进行创作，具有很强的韵律感，如图1.20所示。



图1.15　具象图形—产品原材料



图1.16　具象图形—产品照片



图1.17　具象图形—消费对象



图1.18　半具象图形



图1.19　抽象图形



图1.20　装饰图形

北京大学出版社版权所有 禁止转载

包装图形的设计要遵循以下几个基本原则。

（1）形式与内容要表里如一、具体鲜明，一看包装即可知晓商品本身。

（2）应该具有鲜明的视觉个性。包装形象的视觉设计只有具有崭新的视角和表现，能够在同类商品中脱颖而出，吸引消费者的视线，使其产生兴趣，才能在竞争中占有优势。

（3）图形语言的运用具有一定的地域性和局限性。不同的国家、地区，不同的民族风俗，在审美上会存在差别，在图形的运用上会有某些忌讳。设计师在做设计之前一定要对这些情况进行深入的调研，尊重相关国家和地区的规定和风俗。

（4）要强调商品形象色彩。不只是用透明包装或用彩色照片充分表现商品本身的固有色彩，而是更多地使用体现大类商品的形象色调，使消费者产生类似信号反应一样的认知反应，快速地凭色彩确知包装物的内容。

2．包装上的文字形象设计

在包装商品上，人们主要通过文字去正确认识、理解商品的品牌及相关内容和使用方法。文字作为商品介绍的重要媒介，运用是否得当是包装成功与否的关键之一。成功的包装往往善于用文字来传播商品信息、调控购买导向。

文字不仅是商品信息的重要组成部分，其本身也是设计画面中不可或缺的视觉形象。甚至有些包装设计不用图形，而完全使用文字构成画面，如图1.21所示。



图1.21　包装案例一

北京大学出版社版权所有
禁止转载

包装上的文字通常包含以下内容：商品名称、商标、单位重量及内容、广告用语、质量说明、使用说明、成分说明、注意事项、生产厂家及地址名称等。其中商品名称是包装上文字设计的重点。

进行包装上的文字设计时一般需要注意以下几个要点。

（1）商品名称是包装上很重要的文字，是传递商品信息最直接的因素，通常将它们安排在包装的主要展示面上。一般来说，品牌名称的字体要符合产品商业性的内在特点，越新颖、越个性也就越有感染力。图1.22所示的可口可乐的名称设计就堪称经典。



（2）资料、说明文字属于法令规定性文字，是由国际有关组织或一个国家的有关机构对包装的具体规定，具有强制性。这些文字可以帮助消费者进一步了解商品，加强对商品的信赖感和使用的方便性。这类文字的编排方式较为灵活，可以安排在包装正面的次要位置，也可以安排在包装侧面、背面，如图1.23所示。有些诸如用法、用途与注意事项的说明文字甚至可以单独印刷在纸上，放置于包装内部。这类文字的设计提倡简洁明了，不宜花哨，多采用规范的基本印刷字体，注意编排上的整体感。总的来说，应该根据包装的形状与结构特点来做出相应的文字处理。



图1.22　包装案例二



图1.23　包装案例三

（3）为加强促销力度，有时包装中会出现一些广告文字。广告文字的内容和字体的设计相对于其他文字可以更加灵活、多样。在设计上尽量自然、大方，给消费者亲切的感觉，拉近与消费者的距离，如图1.24所示。



图1.24　带有广告文字的包装

北京大学出版社版权所有
禁止转载

3．包装的色彩与功能

包装设计用色属于实用性、装饰性色彩，既要符合色彩学原理，又必须符合包装的特殊要求。

色彩在包装设计中占有特别重要的地位。在竞争激烈的商品市场上，要使商品具有明显区别于其他产品的视觉特征，都离不开色彩的设计与运用。包装色彩的运用要与商品特点相符合，增强人们对品牌的记忆。图1.25～图1.28所示为一些色彩运用成功的包装案例。



图1.25　包装案例——色彩（1）





图1.26　包装案例——色彩（2）



图1.27　包装案例——色彩（3）



图1.28　包装案例——色彩（4）

总的说来，在包装设计中应用色彩时要考虑到以下因素。

（1）是否很好地象征着商品内容。

（2）色彩是否与其他设计因素和谐统一，有效地体现商品的品质与分量。

（3）是否为商品购买阶层所接受。

（4）是否有较高的明视度，并能对文字有很好的衬托作用。

（5）单个包装的效果与多个包装的叠放效果如何。

（6）色彩在不同市场、不同陈列环境是否都充满活力。

（7）商品的色彩是否不受色彩管理与印刷的限制，效果如一。

1.4　包装造型与结构

1．包装容器造型设计



图1.29　“Dior”甜心香水

包装容器是外包装设计的基础。它最主要的功能是盛装、保护产品，同时要具有便利性和审美功能。包装容器的造型设计决定和影响着包装形象整体视觉设计，甚至某些产品包装的关键就是容器的造型设计。比如香水包装，留给消费者印象最深的往往是香水瓶的造型设计，图1.29所示的“Dior”甜心香水就是凭借甜美可爱的香水瓶设计俘获了许多爱美女性的心。

包装容器造型设计应该满足以下几点要求。

（1）包装容器能够保护商品在运输、装卸、使用过程中不受损坏，结构符合动力学原理。

（2）包装容器采用的材料对内装产品来说应该是安全、稳定的，两者不发生相互作用，这一点在食品和药品包装中尤其重要。

（3）包装容器的造型不会对人体造成伤害，符合人机工程学原理。

（4）包装容器及其材料应该适应废弃物回收再利用或易于处理的要求，符合环保要求。

（5）包装容器的设计及制造费用应该与内装产品价格相适应，不宜过度追求奢华。

2．包装纸盒结构设计

纸质包装是各种包装材料中应用最为广泛的一种。包装纸盒分为裱糊纸盒和折叠纸盒两类，如图1.30、图1.31所示。前者多用于较为高档的产品包装或礼品包装，成本较高。后者由于适合大批量生产加工，成本低，应用广泛。



图1.30　裱糊纸盒



图1.31　折叠纸盒

北京大学出版社版权所有
禁止转载



纸盒的造型、结构多至上百种，但是基本形态分为6种，分别是三角形、四角形、六角形、圆柱形、梯形、弧形，如图1.32～图1.37所示。由这几种基本形态又可以发展出千变万化的不同造型，图1.38、图1.39所示为特殊结构的纸盒包装。其特别的外形结构充满趣味，极富个性，能给消费者带来眼前一亮的感觉，在礼品包装中运用较多。但由于生产条件的限制、包装的利用性及使用和运输的方便性，如今的市场上包装的形态仍以四角形和圆柱形为主，或是保持大体的基本结构，在细节上做出一些设计。图1.40所示的包装做了一个立面的展示设计，结构并不复杂，但效果比普通的矩形纸盒要好，能够更好地展示商品。



图1.32　三角形

图1.33　四角形



图1.34　六角形



图1.35　圆柱形



图1.36　梯形



图1.37　弧形

北京大学出版社版权所有 禁止转载







图1.38　纸盒结构设计一



图1.39　纸盒结构设计二



图1.40　纸盒结构设计三

北京大学出版社版权所有 禁止转载

作为一个包装设计师，必须对纸盒结构有一定的了解，才能自如地进行设计。图1.41～图1.58为一些常见的纸盒结构图。在进行包装设计时设计师应该根据产品的特点和商家的要求，从美观、实用、成本、运输和陈列方便性、对产品的保护等多个角度考量结构是否合理。此外，如何使合适的纸盒结构位于纸板的有效裁剪面积内，排出最多的模数以符合成本经济的要求，也是设计师要认真考虑的。要完成单个纸盒展开图以及多模数排刀图，一定要了解整张纸、纸板的有关尺寸以及相关的规范纸张开数，这样设计的纸盒才会更加合理。

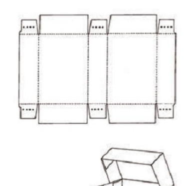
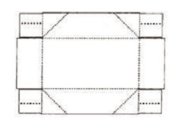


图1.41　纸盒结构1



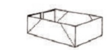


图1.42　纸盒结构2

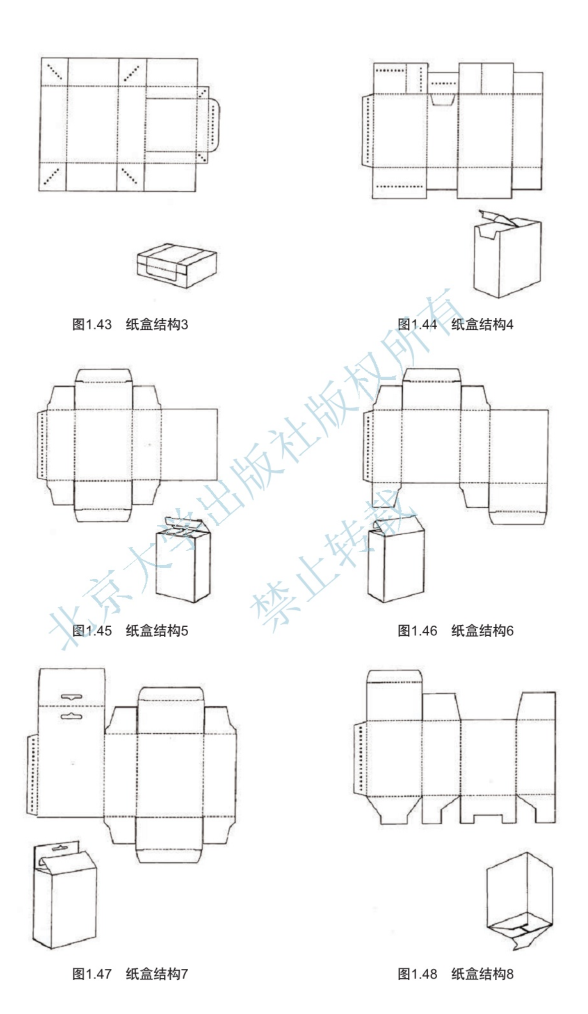


图1.43　纸盒结构3

图1.44　纸盒结构4

图1.45　纸盒结构5

图1.46　纸盒结构6

图1.47　纸盒结构7

图1.48　纸盒结构8

北京大学出版社版权所有
禁止转载

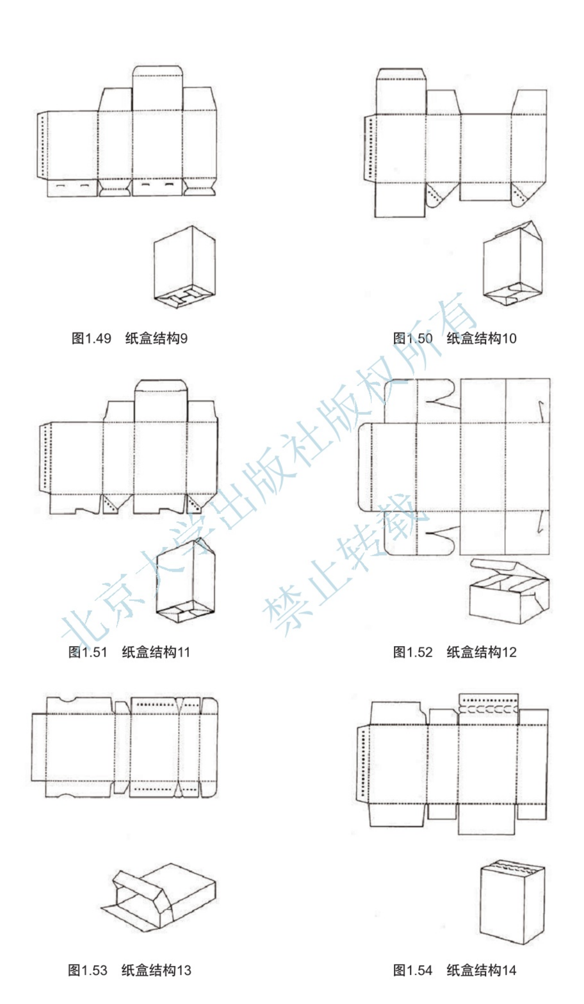


图1.49　纸盒结构9

图1.50　纸盒结构10

图1.51　纸盒结构11

图1.52　纸盒结构12

图1.53　纸盒结构13

图1.54　纸盒结构14

北京大学出版社版权所有
禁止转载

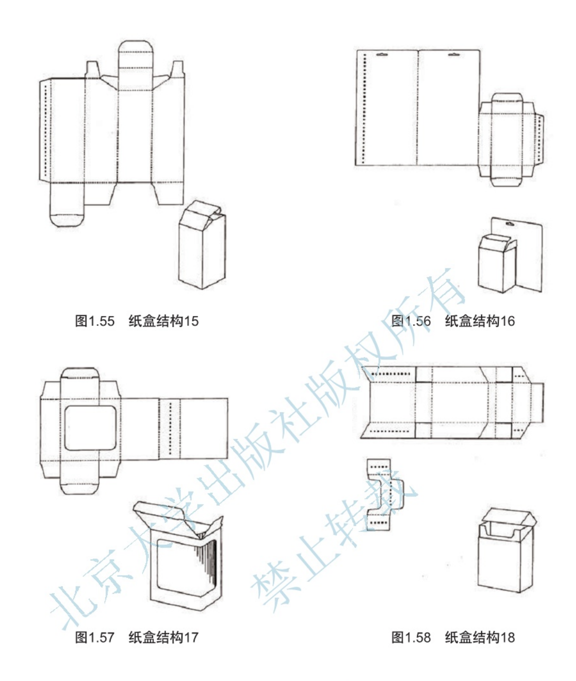


图1.55 纸盒结构15

图1.56 纸盒结构16

图1.57 纸盒结构17

图1.58 纸盒结构18

北京大学出版社版权所有 禁止转载

1.5 包装材料

1．包装材料简介

材料应用知识是包装设计师设计技能与经验的重要组成部分。包装材料的选择应用，将影响包装的功能，影响包装设计的效果体现。随着材料科学的进步，商品包装所用的材料品种繁多，新型材料层出不穷。作为现代包装设计师，应该懂得常用包装材料的主要性能，了解这些材料的加工工艺，这样做起设计来才会更加得心应手。

包装材料是商品包装的物质基础，用于制作各种包装容器和满足产品包装要求的材料主要有金属、塑料、陶瓷、纸、竹木、天然纤维、化学纤维、织物、皮革、复合材料等，同时也包括涂料、黏合剂、捆扎带、印刷材料等辅助材料（图1.59、图1.60）。



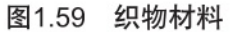

图1.59　织物材料



图1.60　木、皮、玻璃材料

选择包装材料时应该综合考虑到以下问题。

（1）内装产品的物理形态与化学属性。

（2）在流通销售中对内装产品功能质量的保护要求。

（3）材料的加工工艺性能与使用性能。

（4）材料的卫生品质，材料与产品的相容性。

（5）包装外部的装潢与印刷要求。

（6）包装材料的环保性与经济性等。

2．包装材料分类及使用

1）纸材料

纸与纸板在所有包装材料中所占的份额最大。纸是由植物纤维经过打浆、抄制后形成的纤维交织材料。根据材料厚度的不同，分为纸和纸板。根据加工工艺与形态的不同，分为牛皮纸、玻璃纸、黄纸板、白纸板、胶版纸、铜版纸、涂蜡纸、上光纸等。由纸或纸浆还可以制成瓦楞纸板、纸浆模塑件、蜂窝纸板等有一定刚性强度的纸制包装用品。用纸和纸板可以制作各种包装制品原料、标贴物、软裹包材料、纸袋、纸盒、普通纸箱、纸桶、隔挡衬垫、运输包装箱、托盘、滑板等。

各种纸材料简介如下。

（1）牛皮纸：成本低，价格便宜，表面粗糙多孔，但抗拉强度和抗撕裂强度高。多用于各种高强度纸袋、瓦楞纸板面纸、蜂窝纸板面纸等，如图1.61所示。

（2）玻璃纸：以天然纤维素为原料制成。轻薄、平滑、光泽、高透明度。抗拉强度大、延伸性小、印刷适应性强。防潮、防尘、保持香味效果好。多用于食品包装。

（3）黄纸板：又称为草纸板，两面呈黄色，质地较松，易翘曲发脆，耐折性差。可用于制作各种简易纸板盒，也可作为衬垫材料。

（4）白纸板：分为灰底和白底两种，纸面平滑，质地坚固，抗张力好，耐折。适于制作各种折叠型纸盒。

（5）铜版纸：有单面和双面之分，用棉、木纤维等高级原料制成。其特点是平滑、洁白、防水性好。纸面有涂层，印刷时不渗油墨，故色彩鲜艳。

（6）涂蜡纸：在玻璃纸上涂蜡而成。有半透明、不变质、不受潮、不粘连、无毒等优点，可以直接包裹食品。

北京大学出版社版权所有
禁止转载

（7）瓦楞纸板：内芯层形似瓦楞而得名。通过瓦楞纸机械在预先加工成具有凹凸波纹的芯纸的上下面与牛皮纸黏合而成。其特点是形成缓冲结构，防潮，抗压，防震性好，坚固耐用。如图1.62所示。

（8）蜂窝纸板：用纸条层叠，成一定间隔地涂胶，粘制后拉成许多六角单元互联的蜂窝芯，再在蜂窝芯上下两面粘上牛皮纸，形成蜂窝纸板。其优点是具有非常好的抗压强度和刚度。可用于制作各种支撑件、隔挡、衬垫、托盘和运输包装箱，是很理想的代木制品。



图1.61　牛皮纸包装



图1.62　瓦楞纸包装

2）塑料包装材料

从国际上看，尽管塑料包装材料一直面临着环境问题的严峻挑战，但从近年的统计数据来看，塑料包装在包装工业中仍成为需求增长最快的材料之一。

为适应新时代的需要，塑料包装材料除了要满足市场包装质量和效益等日益提高的要求外，还应以节省能源、资源，使用后易回收利用或易被降解为技术开发的出发点。如今的塑料包装材料也正在向具有高机能、多功能性、环保适应性，采用新型原材料、新工艺、新设备及拓宽应用领域方向发展。图1.63～图1.65所示均为塑料包装。

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图1.63　塑料材料包装1



图1.64　塑料材料包装2



图1.65　塑料材料包装3

目前，我国塑料包装材料主要有以下几类。

（1）适用于食品、饮料包装以及提高其保护机能、延长货架寿命的高阻隔性包装材料。

（2）适用于电磁炉、微波炉加热和耐蒸煮的耐热性包装材料。

（3）无菌包装材料。

（4）适用于粮食等农产品储存的渗透性包装材料。

（5）适用于保护环境需要的可降解包装材料。

（6）适用于仪器和材料以及特殊用途需要的吸水、脱臭、除味、防腐蚀、抗静电等功能性包装材料。

3）金属包装材料

金属材料的包装在19世纪初期开始得到应用，最初是为了满足军队远征时长期保存食物的要求。随着工业化的发展、制造技术的进步，金属包装逐渐成为深受人们喜爱的包装形式。它可以隔绝空气、光线、水汽的进入和香气的散出，密闭性好，抗撞击。它还可以长时间保存食品，并且随着印铁技术的发展，外观也越来越漂亮。现在常用的金属包装材料主要有马口铁皮、铝及铝箔和复合材料等。图1.66、图1.67所示为金属材料包装。



图1.66　金属材料包装1



图1.67　金属材料包装2

北京大学出版社版权所有
禁止转载

（1）金属材料的分类。金属包装材料按材质分类，可以分为钢系和铝系。钢系主要有低碳薄钢板、镀锡薄钢板、镀锌薄钢板等。铝系主要有铝合金薄板和铝箔。

（2）金属包装材料的优缺点。

金属包装材料的优点：金属包装材料强度高；具有独特的光泽，使商品外观美观华丽；具有良好的综合保护性能；资源丰富，加工性能好；金属罐生产历史悠久，工艺比较成熟，自动化生产效率高。

金属包装材料的缺点：耐腐蚀性差，易生锈；金属离子可能会影响食品的风味。

4）玻璃包装材料

玻璃包装材料是目前应用十分广泛的一种包装材料。其优点是：透明，坚硬耐压，有良好的阻隔、耐蚀、耐热性；能够用各种加工方法制成各种形状和大小的包装容器；玻璃原料丰富，价格低廉，并且具有回收再利用的性能。缺点是：较低的耐冲击性和较高的比重，以及熔制玻璃时能耗较高。图1.68、图1.69所示为玻璃材料包装。

玻璃包装容器通常称为玻璃瓶，其种类繁多，分类方法大致有以下几种。

（1）按制造方法分为模制瓶和管制瓶。

（2）按色泽分为无色透明瓶、有色瓶和不透明的混浊玻璃瓶。

（3）按造型分为圆形瓶和异形瓶。

（4）按瓶口大小分为窄口瓶和广口瓶（一般以瓶口直径30mm为界划分）。

（5）按瓶口形式分为磨口瓶、普通塞瓶、螺旋盖瓶、凸耳瓶、冠形盖瓶、滚压盖瓶。

（6）按用途分为食品包装瓶、饮料瓶、酒瓶、输液瓶、试剂瓶、化妆品瓶等。

（7）按容积分为小型瓶和大型瓶（以容量5L为分界）。

（8）按使用次数分为一次用瓶和复用瓶。

（9）按瓶壁厚度可分为厚壁瓶和轻量瓶。

北京大学出版社版权所有 禁止转载



图1.68 玻璃材料包装1



图1.69 玻璃材料包装2

5）陶瓷包装材料

陶瓷作为包装材料，由于其硬度高，对高温、水和其他化学介质有抗腐蚀能力以及具有特殊的光学和电学性能，在包装工业中得到广泛应用。图1.70所示的口子窖酒所采用的就是陶瓷包装。

陶瓷按照所用原料主要分为以下几种。

（1）粗陶器：多孔，表面粗糙，不透明，有较大的吸水率和透气性。

（2）精陶瓷：气孔率和吸水率小于粗陶瓷。

（3）瓷器：结构紧密均匀，白色，表面光滑，吸水率低。极薄瓷器还具有半透明的特性。



图1.70　陶瓷材料包装

1.6　包装印刷工艺



1．印刷分类

目前，包装的印刷方法主要可以分为凸版、凹版、平版三大类。此外还有丝网印、珂罗版印刷以及木版水印，加上专项压印和烫印工艺，可做辅助性的或小批量的印刷应用。所采用的印刷方法不同，操作不同，其成品的效果也不同。印刷工艺的选择与应用包括制版、印刷、烫压、过胶或特殊印刷工艺、机制粘盒及手工裱糊等。

1）凸版印刷的应用

文字多，图像少，文字的更改次数多，印品数量不大，可用凸版印刷。印图片应选用铜版纸，才能获得较完美的网点。

2）凹版印刷的应用

凹版印刷适合印制高品质的产品，不论是彩色还是黑白单色图片，凹版印刷都能高度复原摄影照片的效果。设计需要配合适当的印刷方法才能获得预期的效果。

3）平版印刷的应用

平版胶印对纸质的要求不像凸版印刷那么高，只要不过于粗糙即可，并且印刷效果比凸版柔和圆润。胶印版经得起压磨，可达上百万印次，是印版种类中使用时间最长的。

2．包装上光与过胶

用物理或化学方法在印品表面进行上光或过胶加工，产生光泽并起到保护作用。上光与过胶的材料与方法是多种多样的，价格也有很大差别。大体上分为印光、磨光、光胶、哑胶等方法。

（1）印光：在印好的版面上加印一道透明的光油墨，使其光亮。印光的光亮度较差。

（2）磨光：在上光油的同时，通过光亮的钢版加热烘干，使版面产生光泽。该方法虽然亮度较高，但遇水时光泽会消失。

（3）光胶：在印品上敷一层塑料膜，因光度较高，所以称之为“光胶”，应用较为普遍。

（4）哑胶：也是一种塑料敷膜，与“光胶”工艺相同，只是用料有所不同。哑胶无光泽，手感好，成品平整。

（5）PP敷膜：用带光泽的PP敷膜加热，加压于印好的纸面上。

北京大学出版社版权所有
禁止转载

（6）UV上光：用紫外线照射，使树脂、塑脂油产生光聚合反应，称为“UV上光”。适用于图、文的局部上光，以突出某一重点部分。

3．特种印刷

1）凹凸压印

利用纸张的弹性机能，用压力使纸张产生凹凸压痕。有凹型或凸型钢模或铜模，将修整图形压出或压出图形的外轮廓，呈现凹凸的立体效果。

2）浮雕压印

浮雕压印是指将印刷品进行压力加工使其与浮雕作品相似，可用于包装的浮雕图案。此方法与凹凸压印的不同之处在于，它的凹凸深度不是垂直平面型的，而是像浮雕一样有深浅层次变化。

3）金银色箔烫印

在木板、皮革、织物、纸张或塑料等材料上，用金箔、银箔或其他色箔来烫印商品名、图案或线框，效果突出，显得华丽高贵。

此外还有塑胶软版印刷、立体印刷、磁性印刷、浮凸印刷、压印定型等，都有各自的特点。

北京大学出版社版权所有
禁止转载

第2章 项目一 食品包装设计

教学目标

本章节的教学目标是：帮助学生了解食品包装的特点及设计要点，引导学生学会欣赏好的食品包装设计，提高学生感悟美、创造美、欣赏美的能力。通过实际项目的设计与制作使学生掌握食品包装的设计流程。

学习要点

通过本章的学习，应该做到：

◆ 了解食品包装区别于其他类型包装的特殊性；

◆ 能针对不同食品的特点合理选择包装材料；

◆ 掌握食品包装设计的造型、图形、色彩的运用原理；

◆ 掌握包装展开图绘制方法。

北京大学出版社版权所有 禁止转载

2.1　全章导言

食品包装是包装设计中的一个主要类型。在我们身边的超级市场里，各种各样的食品种类繁多，同类产品之间的竞争也十分激烈，消费者往往需要在它们之中选择一种自己信赖的商品。这种信赖的建立往往来之不易，它需要商品本身有着过硬的品质，有着良好的口碑，除此之外，商品的包装设计在这个过程中也左右着消费者的选择。成功的食品包装设计能将食品的优势、特点清晰地传达给消费者，帮助消费者更好地认识产品本身。本章主要根据食品包装设计的特点，以分解实际食品包装项目的完整设计制作过程的方式，帮助读者掌握食品包装设计的具体操作流程和设计要点。本章共分为7节，首先是全章导言；其次为精品赏析，通过对优秀食品包装的欣赏和分析，帮助读者建立对优秀食品包装的鉴赏力；之后为项目综述，对食品包装的设计要点进行简要说明，并对本章项目进行简单介绍；接下来对项目完成所需要具备的硬件和知识准备提出要求；然后进入到项目的实际制作阶段；项目完成后通过项目小结的形式，对在食品包装设计制作过程中碰到的各种问题进行总结，加深读者的认识；最后以布置课后练习的形式帮助读者巩固所学知识。

2.2　精品赏析

食品与人们的生活联系紧密，食品包装设计不仅要体现不同食品的特性，还要对定位消费群体有深入的了解和准确的把握。食品包装花样繁多，在包装结构、包装材料上都呈现出多样性的特点，以下是一些优秀的食品包装案例。

（1）图2.1所示为冰激凌包装，该包装采用杯装的形式，方便保存和食用。包装的色彩清丽淡雅，由几何图形组合而成的抽象冰激凌图案颇具形式感，充满现代气息。

北京大学出版社版权所有 禁止转载



图2.1　冰激凌包装

（2）图2.2所示为面包包装，该包装根据产品的不同类型在材质上有纸质和透明塑料之分，在形状上有长形、方形等。通过统一的标识，将不同的材质和形式统一起来，使其既形式多样又具有鲜明的品牌特征。

（3）图2.3所示为薯片包装，根据产品的特点采用了膨化包装的形式。该包装的成功之处在于将标识和产品的形状统一起来，在排列上形成独特的秩序感，让人印象深刻。在色彩的选择上，大红的底色衬托产品的黄色，十分突出。





图2.2　面包包装　　　　图2.3　薯片包装

（4）图2.4所示鲜艳醒目的色彩和可爱的卡通形象是本套设计作品的亮点，卡通形象嘴部的透明设计既能很好地展示内部产品，又充满趣味性，使产品包装更有亲和力。



图2.4　食品包装

（5）图2.5所示为饮品的包装，圆形的商品名称设计饱满又极具现代感，金色的底色运用提升了产品的层次，符合产品的特点。

（6）图2.6所示包装盒的造型简洁大方，浅色的底搭配上色彩鲜艳的图案，十分醒目。简单抽象的水果图形给人轻松活泼的感觉。





图2.5　饮品的包装　　　　　　　　　　　图2.6　食品包装

（7）图2.7所示为咖啡系列包装，所有包装采用白色为底色，再衬托上彩色的色块和图形，对比鲜明，给人感觉干净明快。本系列包装在文字的设计和排列上也做了精心处理，十分有格调。



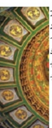
图2.7　咖啡包装

北京大学出版社版权所有

2.3　项目综述

1．食品包装概述

食品包装在日常生活中十分常见，人们每天都要和各种各样的食品打交道。随着经济的发展和包装技术的成熟，食品包装越来越精美，在满足功能需求的前提下，包装样式越来越多样化。好的食品包装既能给人们提供美味的食品，又能满足人们对美的追求。在日



常生活中经常能看见的各种食品包装包括糕点、饼干、糖果、调味料等，如图2.8、图2.9所示。根据不同食品的特点，包装的方式也会有所不同。





图2.8　食品包装1



图2.9　食品包装2

2．食品包装设计要点

食品包装的设计要点是由食品的特殊属性决定的。首先，食品包装所用材料应该符合食品安全标准，不能采用可能对人体产生危害的包装材料；其次，食品包装应该能很好地保护内在的食品，包括保护其尽量少受外界环境影响，保持干净、卫生，不受细菌侵害；再者，食品包装应该能保护食品免受外力的挤压、破坏，这一点在膨化食品的包装中体现得尤为突出；另外，食品包装与日常消费品包装的不同之处还在于食品在表现产品属性的同时，必须充分表现其味觉联想引起消费者的食欲。总体来说，食品包装设计要点主要体现在以下几个方面。

1）食品包装的造型、材料

食品包装造型、材料的选择要充分考虑到食品安全及特点。由于不同包装材料的性质差异，其在包装中产生的作用也是不一样的。常见的食品包装材料有纸、塑料、玻璃、陶瓷等。纸质的食品包装在生活中十分常见，像糕点、巧克力等，如图2.10所示。纸质包装有着成本低、造型结构多样、环保等特点。而玻璃材质因为其密封性好、便于长期反复使用的特点，多用于流质、半流质食品的包装，如辣酱、沙拉酱等，如图2.11所示。对于一些对保鲜要求较高的食品，如面包、果蔬等，为了显示其新鲜程度，则多采用透明、半透明或者开天窗形式的包装，这样会比不透明的包装更具吸引力，如图2.12、图2.13所示。

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图2.10　食品包装3



图2.11　食品包装4




图2.12　食品包装5



图2.13　食品包装6

2）食品包装的色彩

通过人们的长期实践和总结归纳，色彩本身已经被赋予了各种各样特定的味觉信息，因此色彩是设计师表现食品味觉的主要方法。例如灰色、黑色给人一种苦涩的感觉；红色给人甜美的感觉，如图2.14所示；黄色使人联想到刚烘焙出炉的糕点散发着的诱人的香味；橙黄色给人酸甜之感；绿色则常用来表现新鲜的感觉。包装设计师在进行包装设计时颜色的采用应该根据产品的特点来选择。

3）食品包装的图形

图形在食品包装设计中的应用十分广泛，其优点是能给消费者带来强烈的直观感受。在食品包装中使用较多的图形主要有产品形象、产地形象、象征形象、抽象图形等，表现形式主要有摄影、插画。其中产品的实物照片在食品包装中是最常见的，特别是一些形态、色泽比较好的食品，可以通过细腻的摄影画面充分表现产品细节来激发购买者的食欲。图2.15所示包装即采用了产品照片。

北京大学出版社版权所有 禁止转载



图2.14　红色给人甜美的感觉



图2.15　产品照片在包装中的应用

3．项目介绍

本章项目实例为“鲜花饼”包装设计，主要从项目分析、调研、定位、设计与制作等几个方面来介绍完成一个完整食品包装设计项目的过程和方法。（在本项目中，设计制作部分主要介绍包装展开图的绘制方法，包装效果图的绘制方法在以后的项目中介绍。）



项目名称：“鲜花饼”点心包装设计

项目要求：要求能充分体现产品的特点，色彩以淡雅为主，结构新颖有特点。

以下内容需在包装中体现出来。

品名：鲜花饼

生产日期：见打码

配料：精制面粉、精制油、白砂糖、食用鲜玫瑰花、蜂蜜

产品标准号：Q/QXY10-2007

保质期：30天

美丽、四季如春的云南，在得天独厚的地理、气候、环境下造就了不仅在观赏，而且在使用方面享誉世界的花卉资源。其中所盛产的食用玫瑰花应季而生，每年清明期间绽放，到当年八月随季而去，因此有“一年一季”的美誉，医学认为其具有美容养颜、理气平肝、醒郁解疲的功效。玫瑰鲜花饼挑选上品花瓣，运用多年烘焙的经验，经独特工序生产而成。口感酥软爽口，花香浓郁，深受消费者喜爱。

制造商：昆明利兴食品有限公司

地址： 云南省昆明市**路**号

电话： ********

传真： ********

邮编： ********

北京大学出版社版权所有
禁止转载

2.4 项目要求

1．环境要求

电脑辅助设计室：配备电脑若干台，安装Photoshop、Illustrator等设计软件，用于各种电脑技术和软件学习，以及项目设计制作实训。

多媒体教室：配备多媒体视频展示台、幻灯机、投影仪、投影大屏幕等设备，用于讲解示范、项目研讨。

资料室：各种专业图书、画册、专业素材库，提供专业资料和素材。

打印输出工作室：配备专业输出机、激光打印机、扫描仪、装订装裱设备，提供输出、制作成品的服务。

2．知识要求

创意能力：好的创意是优秀设计作品的灵魂。良好的创意能力可以通过有意识的培养或从生活中不断汲取设计灵感来获取。

专业基础：掌握包装设计相关专业基础知识，比如包装设计中视觉元素的运用法则、包装结构、包装材料与工艺、法律法规、基本印刷知识等。

绘画能力：掌握一定的绘画技能，以便在设计前期绘制草图。

软件应用能力：设计作品需要通过软件来实现，读者应该能熟练使用Photoshop、Illustrator等图形图像处理软件。

2.5　操作步骤

1．项目调研分析

包装设计是面对社会和市场的工作，在进行设计之前，先展开市场调研是十分有必要的，市场调研可以帮助设计者充分了解市场需求和发展方向，从而设计出适应市场的包装。

通常所说的市场调研，调研内容从宏观上来讲有政治法律环境、社会文化环境、经济技术环境、地理气候环境等方面；从微观角度来说可以从目标市场、消费者、产品、销售和促销、竞争对手状况等方面来展开。市场调研的形式多样，有实地考察、问卷调查、访问调查、网络调查等。我们可以根据具体情况和需要来设计调研方案。

由于包装设计中市场调研的主要目的是了解市场，设计出适应市场的包装。因此调研的内容主要是商品销售情况、竞争对手产品的包装及成败因素、搜集典型的包装。如果市场上同类产品较多，则可以把调研的重点放在对以往同类产品的优缺点分析上。如果是新上市的产品，则主要重视产品的消费需要，以及消费者的心理需求、社会氛围等分析。

最后通过对调研结果的分析，设计者可以对消费者的爱好、需求、趣味、同类产品的销售情况、客户意见等进行充分的了解，以研究市场的潜在消费人群、购买力、购买动机，从而设计出优秀的包装作品。

本项目为“鲜花饼”包装，鲜花饼是云南的一种特产，以花瓣为原料制成，具有鲜明的地方特色。我们对市场上类似特色糕点进行了调研，图2.16、图2.17所示为市场上现有的糕点包装。通过调研得出以下结论。

（1）大多数糕点包装的材质都以纸质为主，形状以长方体居多，图形以产品照片为主。

（2）目前糕点消费群体70%左右为女性，女性消费中又以年轻女性居多。一般来说女性消费者对包装的美观性更为在意。

（3）具有浓郁地方特色的食品往往更能引起人们的好奇和尝试欲望，更经常被作为馈赠朋友的佳品。这样的商品在包装设计上应注重体现自己的特色，较好地反映地方文化特点。

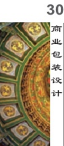
北京大学出版社版权所有
禁止转载



图2.16　点心包装



图2.17　“咸切酥”包装



2．设计定位

经过调研分析，决定以鲜花饼的原材料玫瑰花为主要元素来进行设计，色彩上采用粉色调，突出鲜花娇艳欲滴的特点。在结构上以玫瑰花外形为基础设计一个插舌的形式。在进行设计制作之前，先根据设计思路绘制出包装草图，确定包装的具体效果及图案、文字的设计方向和位置，如图2.18所示。

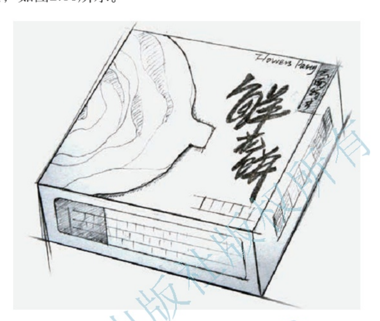


图2.18　草图效果

北京大学出版社版权所有 禁止转载

3．设计制作

确定好设计思路，便可以开始动手制作包装展开图。制作包装展开图，首先要把包装结构图画好，然后在结构图上进行色彩、图案、文字的设计。在这里我们需要结合Photoshop和Illustrator 等设计制作软件来进行。在做之前，首先确定好产品的尺寸，找好相应的图片资料，图2.19、图2.20为鲜花饼包装素材。（图片的选择应尽量挑选高分辨率图片，以保证良好的输出效果。一般用于印刷的图片文件应达到300像素/英寸。）



图2.19　素材1

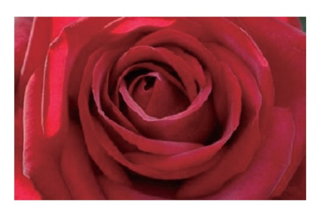


图2.20　素材2

步骤1：打开Illustrator软件，新建文件，设置新文件的宽度和高度均为“50厘米”，绘制如图2.21所示结构图。其中盒体的长和宽为“12厘米”，盒高为“4厘米”，折叠的部位采用虚线表示。

步骤2：打开Photoshop软件，新建文件，命名为“鲜花饼包装展开图”，设定文件宽度和高度分别为“35厘米”、“40厘米”，分辨率为“300像素/英寸”。在Illustrator中将绘制好的展开结构复制并粘贴在Photoshop中。使用魔棒工具选中展开图，并将选区扩展“12像素”（考虑到后期印刷因素，靠近边缘面的应多出3mm的出血）。创建一个新的图层，在新图层中将选区填充为白色至粉色的渐变，如图2.22所示。

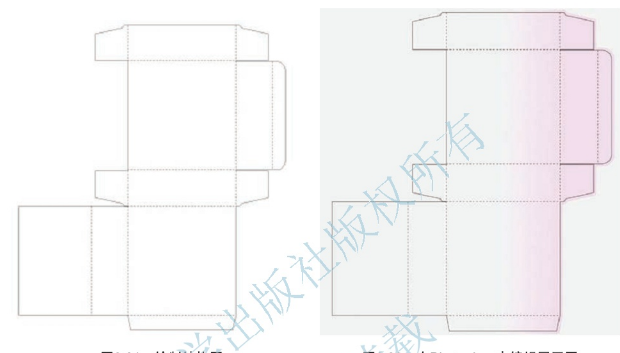


图2.21　绘制结构图　　　　图2.22　在Photoshop中编辑展开图

北京大学出版社版权所有 禁止转载

步骤3：打开如图2.23所示图片。使用移动工具将其拖曳至文件“鲜花饼包装展开图”中。结合移动工具和变换命令对其大小位置进行调整，得到如图2.24所示的效果。

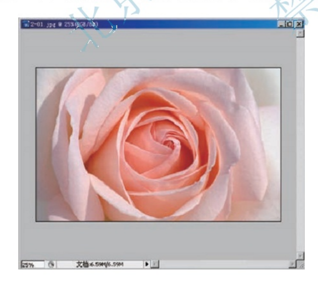


图2.23　打开素材图片

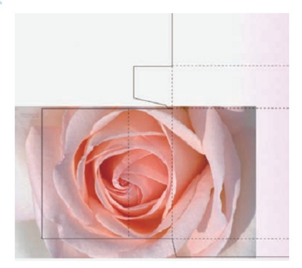
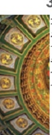


图2.24　调整图片大小、位置



步骤4：选择钢笔工具，在工具选项栏中选择【路径】选项，沿着玫瑰的花瓣绘制如图2.25所示的路径。

步骤5：单击鼠标右键，在弹出的面板中选择【建立选区】命令，将所绘制的路径转换为选区。随后选择菜单中【选择】|【反相】命令将选区反相，并按Delete键将选区中的图像删除，得到如图2.26所示的效果。

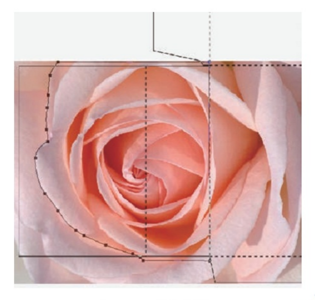


图2.25　绘制路径

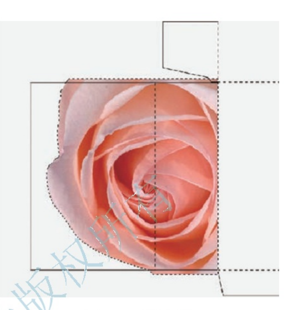


图2.26　编辑图像

步骤6：由于本设计中采用花瓣的外形制作异性结构，因此需要对结构进行修整。首先，将展开结构图中花瓣所在矩形边框删除。随后，再次使用钢笔工具绘制如图2.27所示的路径。在工具选项栏中选择【添加到路径区域】选项，使用圆角矩形工具绘制如图2.28所示的圆角矩形。

北京大学出版社版权所有
禁止转载

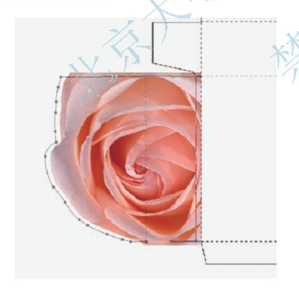




图2.27　绘制路径

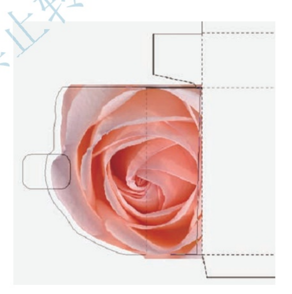


图2.28　绘制圆角矩形

步骤7：将路径转换为选区，创建新的图层，选择【编辑】|【描边】命令，在新图层中对选区进行描边，描边颜色为“黑色”，宽度为“2像素”，删除与原结构重合部分，得到如图2.29所示的效果。

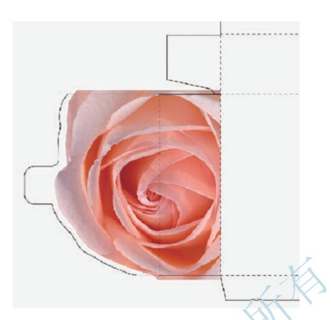


图2.29　描边

步骤8：复制花瓣所在图层，将其旋转并调整位置，使用矩形选框工具选中并删除多余的部分，得到如图2.30所示的效果。调整其图层不透明度为“50%”，如图2.31所示。

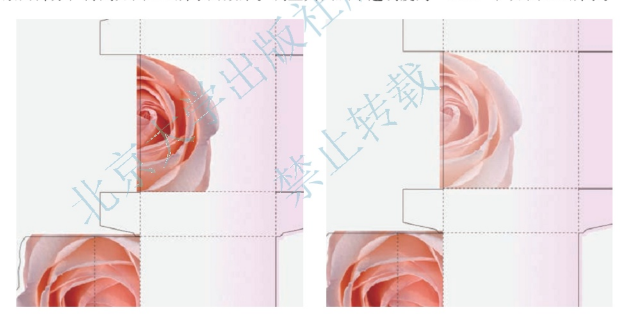


图2.30　复制图像　　　　图2.31　调整不透明度

北京大学出版社版权所有 禁止转载

步骤9：利用标尺、辅助线工具找出插口位置，并绘制如图2.32所示的切割线。

步骤10：使用文字工具分别输入文字“鲜”“花”“饼”，选择字体为“方正黄草简体”，其中“鲜”字为“120点”，“花”字为“60点”，“饼”字为“72点”。调整其位置，如图2.33所示。

步骤11：接下来制作文字效果。首先打开如图2.34所示图片，并将其拖曳至文件“鲜花饼包装展开图”中，调整大小位置，如图2.35所示。

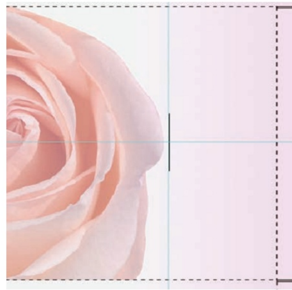


图2.32　绘制切割线



图2.33　输入文字

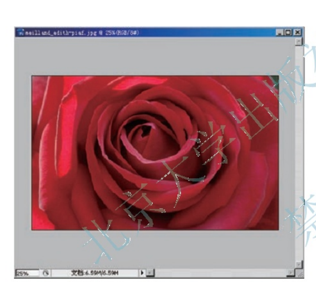


图2.34　打开素材图片

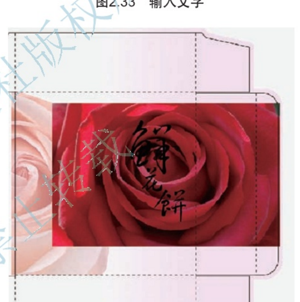


图2.35　调整图像位置、大小

北京大学出版社版权所有
禁止转载

步骤12：将“鲜”“花”“ 饼”所在的图层合并，按Ctrl键，单击合并图层的缩略图，将其作为选区载入。从菜单中选择【选择】|【修改】|【扩展】命令，将选区扩展“2像素”，此操作的目的是为了将字体变粗，达到更好的视觉效果，如图2.36所示。



图2.36　调整文字

步骤13：在菜单栏中选择【选择】|【反向】命令将选区反相，在图层面板中选择玫瑰花所在的图层，按下Delete键删除选区中图像，效果如图2.37所示。删除合并的文字图层之后得到如图2.38所示的效果。



图2.37　绘制商品名称1



图2.38　绘制商品名称2

步骤14：创建新的图层，使用矩形选框工具绘制如图所示矩形，并填充为暗红色（建议值为C:58 M:100 Y:100 K:53）。选择竖排文字工具，输入文字“云南特产”，选择字体为“方正隶变简体”，大小为“24点”，颜色为白色，如图2.39所示。



图2.39　编辑文字

步骤15：输入英文名称“Flowers Pastry”，大小为“24点”，颜色为黑色，如图2.40所示。随后在如图2.41所示的位置输入文字“净含量：100g”。

步骤16：创建新图层，使用矩形选框工具创建如图2.42所示的选区，将其填充为暗红色（建议值为C:58 M:100 Y:100 K:53）。使用圆角矩形工具绘制如图2.43所示的圆角矩形。

步骤17：将路径转换为选区，选择矩形选框工具，在工具选项栏中选择【从选区中减去】选项，得到如图2.44所示的选区。创建新图层，在新图层中将选区填充为暗红色，并将其图层不透明度改为“40%”，效果如图2.45所示。

北京大学出版社版权所有 禁止转载



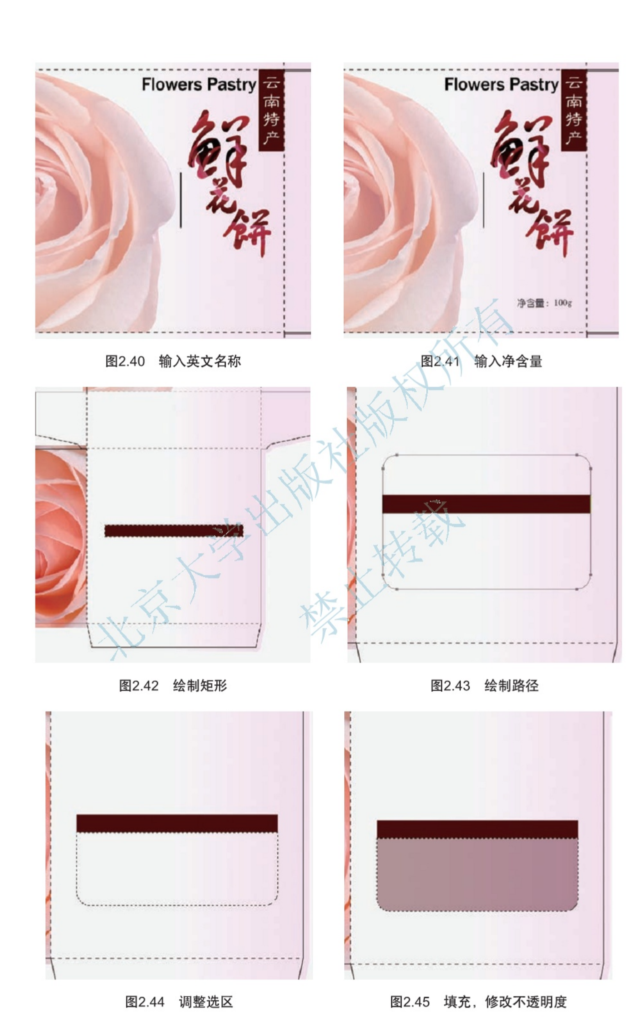


图2.40　输入英文名称

图2.41　输入净含量

图2.42　绘制矩形

图2.43　绘制路径

图2.44　调整选区

图2.45　填充，修改不透明度

北京大学出版社版权所有
禁止转载

步骤18：按照如图2.46所示输入文字，复制鲜花饼名称及英文名称，调整其大小和位置，如图2.47所示。

步骤19：新建图层，使用圆角矩形工具绘制如图2.48所示的圆角矩形，将其转换为选区并填充为暗红色，图层不透明度设定为“40%”。选择矩形选框工具，在工具选项栏中选择【选择区域相加】，得到如图2.49所示的选区。



图2.46　输入文字

图2.47　复制图像

图2.48　填充选区

图2.49　绘制瓶口

北京大学出版社版权所有 禁止转载

步骤20：将选区填充为深红色，如图2.50所示。选择文字工具，输入文字，如图2.51所示，并调整文字大小和颜色。

步骤21：创建新图层，结合矩形选框工具绘制出白色细线，并对其进行复制，得到如图2.52所示的效果。

步骤22：使用同样的方式制作包装盒另一侧面的图形，如图2.53所示。



图2.50　绘制瓶口标签



图2.51　制作效果



品名：	鲜花饼
生产日期：	见打码
配料：	精制面粉、精制油、白砂糖、食用鲜玫瑰花、蜂蜜
产品标准号：	Q/QXY10-2007
保质期：	30天

图2.52　鲜花饼包装盒标签（1）

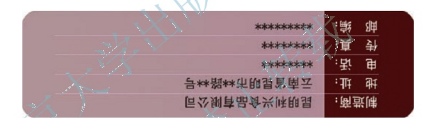


图2.53　鲜花饼包装盒标签（2）

步骤23：使用文字工具输入如图2.54所示文字“酥软爽口 花香浓郁”。得到包装展开图最终效果，如图2.55所示。



图2.54　鲜花饼包装盒



图2.55　最终效果

北京大学出版社版权所有
禁止下载



第3章　项目二
酒包装设计

北京大学出版社版权所有
禁止转载

教学目标

通过本章的学习，让学生对酒包装设计有一个基本了解，能够根据不同的酒的类型设计出适合其特点的包装，掌握设计制作的方法和要点。

学习要点

通过本章的学习，应该做到：

◆ 掌握酒包装设计的几个要点；

◆ 能根据酒本身的特点和其文化背景，设计出与其气质相符的包装。在设计过程中要学会充分考虑包装对酒的保护作用，以及使用安全性、方便性；

◆ 掌握包装效果图的绘制方法。

3.1　全章导言

酒是一种特殊的商品,它是以粮食为原料经发酵酿造而成的。酒的历史源远流长，不同的国家和地域都有各自不同的酒文化。世界各地酒的种类有数万种之多，像中国的白酒、俄罗斯的伏特加、法国的白兰地、苏格兰威士忌都在世界范围内享有盛名。由于酒蕴含了丰富的文化背景，在一定程度上体现了一个民族的文化风情，其包装设计也是十分的讲究。不论是“大巧谢雕琢”，还是“寄至味于淡泊”，都不能脱离深厚的文化积淀，离不开酒的内在品质。本章分为7节，分别是全章导言、精品赏析、项目综述、项目要求、操作步骤、项目小结、课后训练。7个小节环环相扣，全面向读者介绍酒包装设计的要点，帮助读者掌握酒包装设计的基本思路和方法。

3.2　精品赏析

在接触实际项目之前，了解什么是好的设计是十分关键的。为了提高读者对酒包装的鉴赏力，本节收集了一些优秀的酒包装作品并对其进行分析。

（1）如图3.1所示，木材质酒包装盒十分有特点，标签的设计简洁大方，文字造型活泼，金色的运用提升了酒的档次。

（2）如图3.2所示，“舍得”酒包装，采用了米字格书法的形势，别出心裁，体现了浓浓的中国文化底蕴。主体的深浅色调对比沉稳大方。

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图3.1　葡萄酒包装（1）



图3.2　“舍得”酒包装

（3）如图3.3所示，包装盒上的数字设计别出心裁，不同的面显示不同的数字，组合在一起有很强的趣味性，给人印象深刻。

（4）如图3.4所示，包装整体的暗红色调，给人高贵神秘的感觉，图形的运用是本套设计作品的亮点，使产品充满了异国情调。



图3.3　酒包装



图3.4　葡萄酒包装（2）

（5）如图3.5所示，酒瓶造型十分有特点。色彩上大胆采用黑白对比，视觉冲击力强。插画风格的图案，使整个产品充满了艺术趣味，图案之间的延续性强。

（6）如图3.6所示，包装盒造型十分有特点，倾斜的盒顶部既与众不同，又具有良好的展示性，白色的底搭配上色彩鲜艳的图案，给人轻松活泼的感觉。



图3.5　葡萄酒包装（3）　　图3.6　“REVELRY”酒包装

北京大学出版社版权所有 禁止下载

3.3　项目综述

1．酒包装概述

酒的种类繁多，根据不同酒的类型和不同的地域，酒包装也呈现出缤纷各异的特点。一般来说，酒包装主要分为白酒包装、葡萄酒包装、啤酒包装、果酒包装等几个主要类型。酒包装与酒文化有着密不可分的关系。一个好的酒包装应该与酒的气质、特色、档次

相协调，制作精美且有浓郁的特色。图3.7、图3.8、图3.9所示分别为白酒、红酒、洋酒包装设计作品。


图3.7　白酒包装作品



图3.8　葡萄酒包装作品



图3.9　洋酒包装作品

2．酒包装设计要点

一般来说，酒包装的设计要注意以下几个要点：一是酒包装的设计风格必须考虑到民族性、地域性、独特性，只有具有鲜明的个性才能在市场竞争中脱颖而出；二是包装的设计要与酒的质量、价格档次保持一致，任何名不副实的过分包装、虚假包装、欺骗性包装和欠缺性包装都会给生产企业带来巨大损失；三是酒盒的包装设计要考虑大多数人的利益，在用材、用料、制作工艺上要讲究实惠、实用性；四是酒包装设计要考虑在市场展销中完美的货架展示效果、强烈的艺术感染力、新颖性、凝聚性和在同类商品中的竞争力。

酒的包装设计包括容器设计、瓶盖设计、标签设计、酒盒及纸箱设计。酒包装的容器种类主要有玻璃瓶、陶瓷瓶、易拉罐装。一般白酒的包装以玻璃瓶和陶瓷瓶为主，玻璃瓶透明，给人感觉晶莹照人、华丽高档，如图3.10所示；陶瓷瓶则根据造型不同，会产生出格调高雅、富丽、豪华、粗犷、精细、朴素、敦厚、玲珑、笨拙等各种感觉，图3.11、图3.12所示为陶瓷瓶包装。易拉罐包装主要应用于啤酒包装，有携带方便、便于运输的优势，如图3.13所示。瓶盖设计一般根据容器的类型来确定。酒标的造型具有灵活性与多样性特点，除了一些常见的常规形态，如长方形、圆形、椭圆形等，异形形态往往会给人耳目一新的视觉感受。酒标、酒盒及纸箱的设计讲究整体性、统一性。当然，包装设计时还应考虑灌装线对瓶型的要求、是否符合环保法规等因素。




图3.10　不同造型玻璃材质酒瓶

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图3.11　“水井坊”陶瓷酒瓶



图3.12　“舍得”酒包装

3．项目介绍

本章主要通过“金果”果酒的整体包装设计来帮助读者掌握酒包装设计的基本要领与操作技法。



图3.13　“喜力”啤酒易拉罐包装

项目名称：“金果”果酒包装设计

项目要求：本项目为系列包装设计，包括草莓果酒、葡萄果酒、柠檬果酒三种类别。不限包装材料、包装结构、酒瓶形状及酒瓶容量材质。要求设计风格统一，有强烈的品牌特点。

以下内容需在包装中体现出来。

干加香型

净含量：750ml

产品标准号:GB/T 16026

酒精度:16%vol

原料与辅料：葡萄、白砂糖（葡萄果酒）
　　　　　　草莓、白砂糖（草莓果酒）
　　　　　　柠檬、白砂糖（柠檬果酒）

保质期：5年

生产日期：见瓶口处

存储条件：5～25℃通风干燥处避光保存

浙江金果酒业

地址：浙江省杭州市经济开发区

电话：0513-86283412

3.4　项目要求

1．环境要求

电脑辅助设计室：配备电脑若干台，安装Windows XP操作系统及Photoshop、Illustrator等设计软件，用于各种电脑技术和软件学习，以及项目设计制作实训。

北京大学出版社版权所有 禁止转载

多媒体教室：配备多媒体视频展示台、幻灯机、投影仪、投影大屏幕等设备，用于讲解示范、项目研讨。

资料室：各种专业图书、画册、专业素材库，提供专业资料和素材。

打印输出工作室：配备专业输出机、激光打印机、扫描仪、装订装裱设备，提供输出、制作成品的服务。

2．知识要求

专业基础：掌握包装设计相关专业基础知识，比如包装设计中视觉元素的运用法则、包装结构、包装材料与工艺、法律法规、基本印刷知识等。

审美能力：具备良好的审美情趣和审美意识，只有懂得欣赏美才能更好地创造美。

软件应用能力：能熟练使用Photoshop、Illustrator等图形图像处理软件。

图像处理能力：能够根据设计需要，以变形、提炼、抽象、夸张等各种手法灵活地对图形图像进行处理，使其达到所需效果。

3.5　操作步骤

1．项目调研分析

本项目为“金果”果酒系列包装设计，包括草莓果酒、葡萄果酒、柠檬果酒。在接到项目之后首先应该进行市场调研，以便对设计有一个更准确的把握。这里采用的调研方式主要是对市场上的同类产品进行分析研究。对同类产品的调查可以从设计角度和销售角度同时进行。选择销售成绩较好、口碑较好的产品进行分析，主要从销售理念、销售定位、包装特点及效果等方面入手。图3.14～图3.16所示为市场上现有果酒包装。

通过调研得出以下结论。

（1）目前市场上的果酒包装大多以玻璃瓶为容器，采用水果的图案为主要图形元素，整体风格上较为统一。

（2）果酒以芒果、草莓、香蕉、苹果等各种水果为原料，酿造出来的酒果香浓郁、色泽鲜艳，酒精含量低。果酒的消费群体十分广，女性、青少年、中老年都是其主要消费群。

（3）果酒注重推广养生理念，十分符合现代人对健康生活方式的追求心理，相信通过合理方式加大推广力度，果酒将会有极大的发展空间。



图3.14　亚热果酒系列产品

北京大学出版社版权所有 禁止转载



图3.15　果酒包装（1）



图3.16　果酒包装（2）

2．设计定位

经过调研分析，考虑到果酒产品本身的特点，将设计风格定位为清新、时尚型。由于该项目为系列产品包装，所以还需要在风格统一的前提下，能够清晰地分辨出产品的不同口味类型。因此，可以考虑根据产品的类型，采用其原材料中使用的水果类型来进行设计。为了体现产品时尚的特点，在这里不直接采用照片的形式，而是对照片进行处理，得到类似于手绘的效果，这样既时尚又能显而易见地突出产品的特点。包装盒结构采用最普通的六面长方形盒，容器选用深色玻璃瓶。确定完设计思路以后，可以绘制草图，确定基本的效果，如图3.17所示。

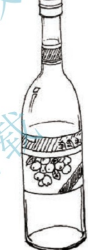




图3.17　草图效果

3．设计制作

定好设计思路以后，就进入到设计制作阶段。在这里主要运用到的软件是Photoshop和Illustrator。在开始之前，应该先准备好相关的图片素材，如图3.18～图3.20所示（图片的选择应尽量挑选高分辨率图片，以保证良好的输出效果。一般用于印刷的图片文件应达到300像素/英寸）。接下来，首先制作包装盒的展开图和标签，然后再制作包装效果图。



图3.18　素材1

图3.19　素材2



图3.20　素材3

北京大学出版社版权所有
禁止转载

步骤1：打开Illustrator软件，新建文件，宽度和高度均为“50 厘米”，绘制如图3.21所示的展开图。中间的4个面尺寸一样，宽度为“10厘米”，高度为“30厘米”，折叠的部位采用虚线表示。

步骤2：打开Photoshop软件，新建文件，命名为“酒包装展开图”，设定文件宽度和高度均为“50 厘米”，分辨率为“300像素/英寸”。在Illustrator中将绘制好的展开结构复制并粘贴在Photoshop中。新建图层，创建矩形选区，将展开图其中两个面填充为深绿色，如图3.22所示（考虑到后期印刷因素，靠近边缘面的应多出3mm的出血）。

步骤3：打开如图3.23所示的图片。在菜单中选择命令【滤镜】|【素描】|【半调图案】，并按照图3.24所示设定参数值，得到如图3.25所示的效果。

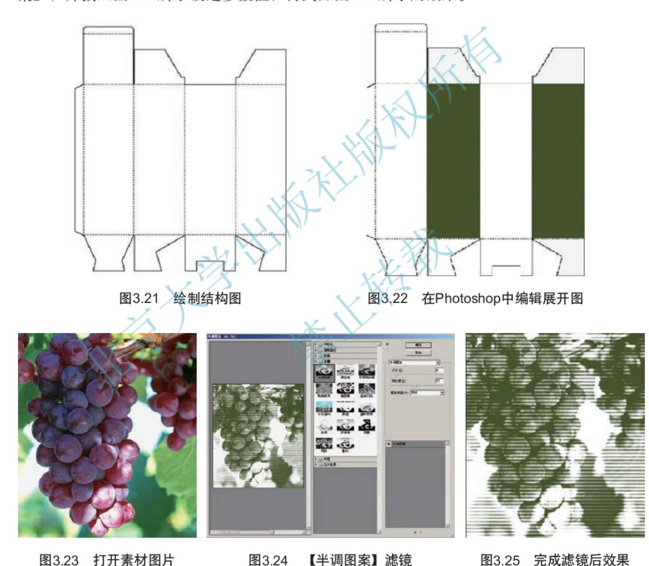


图3.21　绘制结构图　　图3.22　在Photoshop中编辑展开图

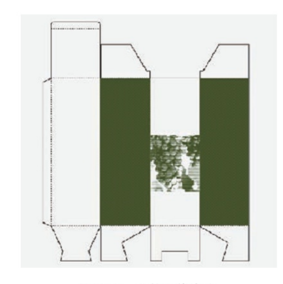
图3.23　打开素材图片　　图3.24　【半调图案】滤镜　　图3.25　完成滤镜后效果

北京大学出版社版权所有 禁止转载

步骤4：将调整好的葡萄图片拖至文件“酒包装展开图”中，并调整其大小至图3.26所示的效果。使用多边形套索工具创建如图3.27所示的选区，并创建新图层将选区填充为深绿色。

步骤5：选择文字工具，在图中输入文字“葡萄果酒”、“干加香型”，如图3.28所示。

步骤6：使用文字工具，输入酒的英文名称“Gold fruit”，并调整字体、大小、方向至图3.29所示的效果。复制英文名称，将其颜色修改为淡金色，如图3.30所示。



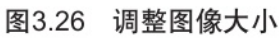


图3.26　调整图像大小



图3.27　绘制选区并填色



图3.28　输入文字



图3.29　输入英文名称



图3.30　复制文字图层

北京大学出版社版权所有
禁止转载

步骤7：复制淡金色英文名称，并按照图3.31所示的样式排列。使用矩形选框工具创建矩形选区，并删除其余部分，得到图3.32所示的效果。

步骤8：输入文字，如图3.33所示。



图3.31　重复复制文字图层



图3.32　删除多余部分



图3.33　输入文字

步骤9：在Illustrator中绘制如图3.34所示的图形，并将其复制为图3.35所示的效果。

步骤10：复制绘制好的图形，将其粘贴到Photoshop中，并使用【图像】|【调整】|【反相】命令将其改变为白色，如图3.36所示。

步骤11：在Illustrator中输入文字“金果”，并结合路径调整工具将其调整至如图3.37所示的状态。

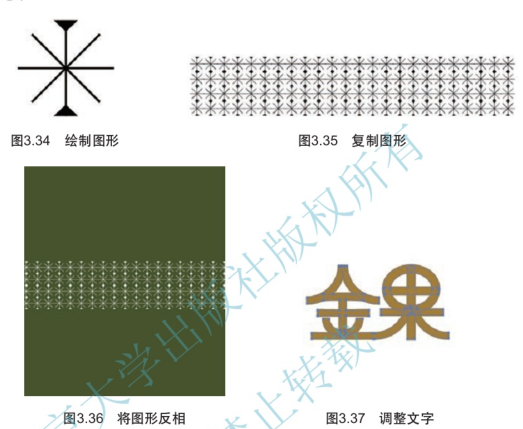


图3.34　绘制图形　　图3.35　复制图形

图3.36　将图形反相　　图3.37　调整文字

北京大学出版社版权所有
禁止转载

步骤12：复制绘制好的图形，将其粘贴到Photoshop中。通过复制，得到如图3.38所示的效果。

步骤13：输入文字，如图3.39所示，则葡萄果酒的包装展开图完成。



图3.38　制作商标　　图3.39　展开图效果

步骤14：新建文件，命名为“酒签”。通过以上同样的方式绘制如图3.40所示的酒签。

步骤15：以同样的方式绘制草莓果酒和柠檬果酒的展开图和酒签，如图3.41～图3.44所示。



图3.40　酒签效果

图3.41　“草莓果酒”展开图

图3.42　“草莓果酒”酒签

北京大学出版社版权所有 禁止转载

步骤16：接下来开始绘制效果图。首先新建文件命名为“金果果酒包装效果图”。使用钢笔工具绘制如图3.45所示的路径，复制路径并将其水平翻转得到如图3.46所示的效果，并将两条路径连接。将路径转化为选区填充黑色，如图3.47所示。



图3.43 “柠檬果酒”展开图



图3.44 “柠檬果酒”酒签

北京大学出版社版权所有
禁止转载

步骤17：绘制如图3.48所示的选区，并将其填充为灰色。使用同样的方法绘制图3.49所示的效果。使用画笔工具，调整好前景色及画笔大小，绘制瓶口效果，如图3.50所示。



图3.45 绘制路径　　图3.46 复制路径　　图3.47 填色

图3.48 填充选区　　图3.49 绘制高光效果　　图3.50 绘制瓶口

步骤18：制作瓶口标签，如图3.51所示。将之前做好的酒签拖至酒瓶中，如图3.52所示。选择酒签，将渐变色调整为由灰到白到灰的渐变，在工具选项栏中选择【正片叠底】模式，在选区中填充渐变色，得到如图3.53所示的效果。

步骤19：按照同样的方式，绘制草莓果酒和柠檬果酒的酒瓶，如图3.54、图3.55所示。



图3.51　绘制瓶口标签　　图3.52　移动图像　　图3.53　制作效果

图3.54　草莓果酒酒瓶效果　　图3.55　柠檬果酒酒瓶效果

北京大学出版社版权所有
禁止转载

步骤20：新建文件，利用之前所绘展开图制作如图3.56所示的包装盒效果，为了增强体积感，使用矩形选框工具选中右边的面，将渐变色调整为由灰到白的渐变，模式为【正片叠底】，在选区中填充渐变色得到如图3.57所示的效果。



图3.56　调整包装盒　　图3.57　制作阴影效果

步骤21：使用同样的方法得到草莓果酒和柠檬果酒的包装盒效果，如图3.58、图3.59所示。

步骤22：新建文件，填充为绿色到深绿色的径向渐变，如图3.60所示。将之前绘制好的酒瓶和包装盒拖至新文件中，如图3.61所示。

步骤23：分别复制酒瓶和包装盒，并将它们垂直翻转，如图3.62所示。并调整图像，如图3.63所示。

步骤24：分别为翻转后的图像添加图层蒙版，制作渐隐效果，得到最终效果如图3.64所示。



图3.58　草莓果酒包装盒

图3.59　柠檬果酒包装盒

图3.60　填充渐变色

图3.61　移动文件

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图3.62　垂直反转



图3.63　调整图像



图3.64　最终效果

北京大学出版社版权所有
禁止转载

3.6　项目小结

在本章的项目中详细介绍了酒包装设计制作的方法和要点，通过对项目的各个实施阶段进行分析，总结出以下几点。

（1）包装设计的三大视觉元素，即图形、文字、色彩一定要相互协调统一。

（2）由于酒瓶和酒都有一定的重量，所以在设计包装结构时，一定要慎重考虑底部结构的耐受力，确保内部产品的安全。

（3）系列化产品包装设计应该强调视觉形式上的统一性，注重整体效果，在统一中寻求变化。

3.7　课后训练

题目：为“椰岛海王”酒设计整套包装

1．背景说明

椰岛（集团）股份有限公司的前身是一家有着60多年历史的国有饮料厂，公司正式成立于1993年，目前已发展成为总资产12.6亿元人民币，员工3000多人，下属全资子公司和控股企业30多家的国有股份制上市公司。椰岛（集团）股份有限公司的拳头产品——椰岛牌鹿龟酒，是最具有中国传统文化特色的滋补保健酒之一，曾获国内外多项大奖。1994年被中国食品工业协会评定为全国食品行业“名牌产品”；目前，椰岛集团欲打造“海王酒”。

北京大学出版社版权所有
禁止转载

2．设计要求

“海王酒”的创意设计，按照保健酒的种类特性，充分体现产品和产品名称的特色。不限包装材料、包装结构、酒瓶形状及酒瓶容量材质。要求设计瓶盖、瓶贴、酒盒、外包装及拎袋。要“主题明确、特色鲜明”，具有独创性和可生产性。体现中国传统保健酒文化底蕴与内涵，外观传统华美。也可冲破传统概念，体现当代时尚之元素。

3．说明内容（以下内容需在包装中体现出来）

海王酒是椰岛鹿龟酒的同胞姊妹酒，采用海南地产为主的药食同源名贵药材，以优质黄酒和串香酒浸泡而成，椰岛海王酒酒香醇和，口味甘厚，是保健佐餐之佳品。

【原料】水、黄酒、串香酒、白砂糖、枸杞子、桑葚、海牡蛎、龙眼肉、海蛇、栀子、砂仁

【卫生许可证号】琼卫食证字（2006）第460000-010003号

【产品标准号】Q/HYGY18　　【糖度】5.5g/100ml

【酒精度】32%（V/V）　　【净含量】450ml

【食用方法】直接饮用　　【保质期】三年

【储存方法】密封，置于避光处

【生产日期】见瓶盖

本品允许有少量沉淀及聚集物

地址：海南省海口市龙昆北路13-1号



第4章　项目三 日用品包装设计

北京大学出版社版权所有 禁止转载

教学目标

本章的教学目标是：帮助学生了解日用品包装的特点及设计要点，并通过实际项目的设计与制作使学生掌握日用品包装的设计流程。

学习要点

通过本章的学习，应该做到：

◆ 了解日用品包装的设计要点；

◆ 掌握日用品包装设计的设计制作流程。

4.1 全章导言

日用品顾名思义是指日常生活中需要用到的物品，如毛巾、肥皂、牙刷、床上用品等。日用品渗透到人们日常生活的方方面面，使用范围广、频率高。好的日用品包装不仅要美观、吸引人，更重要的是应该让人们使用起来安全、舒适、方便。本章仍然按照前两章的安排，分为7个小节来向读者介绍日用品包装设计的相关知识和操作技巧。

4.2 精品赏析

随着生活水平的提高，人们越来越注重生活的品质与细节，体现在日用品包装设计上，可以惊喜地发现生活中设计精良、美观实用的日用品越来越多。本节将给读者介绍一些优秀的日用品包装案例。

（1）灯泡包装，如图**4.1**所示，包装盒十分有特点，中间透明设计很巧妙，既展示了产品，又产生空间感。设计简洁大方，文字造型粗细产生强烈对比，产品信息明确醒目，黑色的运用提升了产品的档次。

（2）清洁棉的包装设计，卡通图形的运用趣味十足，非常具有亲和力。透明的聚乙烯材质能让消费者清楚地看到内装产品，更直接，更能获得消费者的好感，如图**4.2**所示。

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图4.1　灯泡包装



图4.2　清洁棉包装

（3）**ELSE**在厨具行业知名度很高，其包装设计都以简约时尚为主。设计上产品造型突出，给人以强烈的视觉冲击，如图**4.3**所示。

（4）如图**4.4**所示护肤品包装，整体设计清新自然，符合产品特点。采用原料的图形作为设计元素，既装饰了画面，又增添了产品的亲和力，可谓一举两得。







图4.3　ELSE 锅包装

图4.4　护肤品包装（1）

（5）只用文字也可以做出好设计。下面的例子会给出很好的诠释。如图4.5所示，通过字体的粗细、大小、方向排列出韵律的感觉，也不失为一种巧妙。

（6）图4.6所示为一套炊具的包装。设计简约却不简单，大气却不失细节的考究。蓝色给人干净利落的感觉。





图4.5　男士护肤品包装

图4.6　炊具包装

北京大学出版社版权所有
禁止转载

4.3　项目综述

1. 日用品包装概述

日用品包装设计主要包括日用化学品包装设计、牙膏包装设计、洗衣粉包装设计、纺织品包装设计、床上用品包装设计等。一般来说，女性是采购日用品的主力军。因此，在针对此类产品进行包装设计时，必须深入了解大众尤其是家庭主妇和年轻女性的消费心理和审美需求。一项市场调查表明：家庭主妇到超级市场购物时，由于被精美的包装所吸引而购买的商品通常超过预算的45%左右，足见包装的魅力之大。

同时在商品包装的造型、体积、重量、色彩、图案等方面，应力求与消费者的个性心理相吻合，取得包装与商品在情调上的协调。日用品包装重点是要有创意、深度、价值，这样才能满足消费者的需求，更好地服务社会、服务大众。图**4.7**～图**4.10**所示分别为护肤品、牙膏、洗发水、香皂包装设计作品。

图4.7　护肤品包装（2）

图4.8　牙膏包装

北京大学出版社版权所有　禁止转载

图4.9　洗发水包装作品

图4.10　香皂包装作品

2．日用品包装设计要点

日用品包装按照包装形式来看主要有以下几种：塑料包装、纸盒包装、软管包装和玻璃包装。塑料包装使用广泛，包括塑料瓶、塑料袋等。塑料瓶轻盈光滑，造型的不同又给人精细、朴素、敦厚、玲珑等各种感觉，具有便于携带、运输安全、降低成本等特点，如图**4.11**所示；玻璃由于具有良好的化学稳定性、阻隔性、透明性等特点，受到高档化妆品特别是奢侈品的青睐，被广泛用于护肤乳、香水等商品的包装，图**4.12**所示为玻璃瓶的乳液包装；软管常作为一些个人护理品的包装而被大家所熟知，诸如洗面奶、护肤品等产品大多都采用了软管的包装形式，如图**4.13**所示；纸盒包装常见于日用品的外包装，比如香皂、牙膏、保险袋的外包装盒等，其特点是成本低、重量轻，如图**4.14**所示。在进行日用品包装设计时，应该根据产品的形态、市场定位和成本预算来选择合适的包装材料。







图4.11　塑料材质包装



图4.12　玻璃材质包装



图4.13　软管包装



图4.14　纸盒包装

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图4.15　ELSE厨具的包装设计

日用品的包装设计包括容器设计、标签设计、纸盒及塑料盒设计。标签设计在造型上形式多样，不仅有人们熟知的长方形、正方形、圆形、菱形等，还有很多异形的设计。标签设计的要点在于准确地给出产品的名称、重量、简介、用法、产地等产品相关信息，以简洁直观的方式突出产品特点，而无须在图形图案上进行繁琐的设计，如图4.15所示；日用品包装在设计上满足之前设计要求的同时还要与产品的价值相符，不要一味地追求奢华，这也是所有包装设计中的要点所在，如图4.16和图4.17所示。



图4.16　护肤品包装作品



图4.17　防晒霜包装作品

北京大学出版社版权所有
禁止转载

3．项目简介

本章主要通过“生辉”鞋护理品的整体包装设计来帮助读者掌握日用品装设计的基本要领与操作技法。

项目名称：“生辉”鞋护理品包装设计

项目要求：本项目为鞋油盒、胶管的设计。包装材料为纸盒、塑料胶管。包装结构、形状限定。要求设计包装盒、胶管，风格统一，大气，高档。

以下内容需在包装中体现出来。

绵羊油真皮防水滋养膏

速亮配方，化妆品工艺（清香、防水）

多重护理：营养——护革蛋白质——皮革内部的主要营养成分。

去污——超活性因子——分解消除皮革的表面污渍。

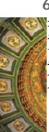
光亮——皮革护理蜡——减少皮革受外部环境的影响。

柔顺——皮革柔顺剂——使皮革更柔软清顺、美观。

使用方法：将本品均匀涂于皮革表面，用软布擦亮即可。（若用软布反复抛擦，至软布上不着色效果更理想。）

使用范围：适用于光面皮类（如皮鞋、皮包、沙发、皮衣等）。

注意事项：①涂抹均匀，不要堆积。②勿让儿童触及。③磨砂、绒面等特殊面革制品



禁用。④对易褪色等特殊工艺的光面皮革类，使用前应先在不明显处试涂。

标准代号：**Q/SH01 2007**

保质期：三年

净含量：**65g**

使用期限：见管体

本品具有防水、抗尘、防霉等功效，令皮革光亮持久。

4.4 项目要求

1．环境要求

电脑辅助设计室：配备电脑若干台，安装**Windows XP**操作系统及**Photoshop**、**Illustrator**等设计软件，用于各种电脑技术和软件学习，以及项目设计制作实训。

多媒体教室：配备多媒体视频展示台、幻灯机、投影仪、投影大屏幕等设备，用于讲解示范、项目研讨。

资料室：各种专业图书、画册、专业素材库，提供专业资料和素材。

打印输出工作室：配备专业输出机、激光打印机、扫描仪、装订装裱设备，提供输出、制作成品的服务。

2．知识要求

专业基础：掌握包装设计相关专业基础知识，比如包装设计中视觉元素的运用法则、包装结构、包装材料与工艺、法律法规、基本印刷知识等。

软件应用能力：能熟练使用**Photoshop**、**Illustrator**等图形图像处理软件。

色彩把握能力：能够正确地把握作品的色彩关系。

图形表现能力：能够较好地将概念转化为图形为设计服务。

4.5 操作步骤

1．项目调研分析

在接到设计任务、了解客户的相关需求以后，就可以展开市场调研。调研的内容和方式可以根据实际情况确定。为了使调研的结果更具针对性，将对目前市场上主要的鞋护理品进行调研。调研内容主要有同类产品的相关信息，包括价格、材料、包装形式、销售情况等，图**4.18**～图**4.20**显示的现有鞋护理品包装。

通过调研可以了解到以下情况。

（1）目前市场上的鞋护理产品形式多样，有普通管状鞋油、膏体鞋油、海绵头液体鞋油、鞋蜡、鞋粉等。包装形式有管装、铁盒装、塑料瓶装、罐装、盒装等。

（2）产品分类较以前更为细化，有用于普通护理的、靴子专用的，还有翻绒皮和磨砂皮专用的。不同的产品价格波动较大，总体来说针对性越强的产品价格越高。

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图4.18　鞋护理品系列产品



图4.19　鞋油包装





图4.20　鞋油包装

2．设计定位

经过调研分析，考虑到客户和产品本身的要求，本项目将设计风格定位为大气，高档型。由于该项目为鞋油产品包装，所以还以鞋本身为出发点，这样受众能够从直观上理解，而不致颠覆传统意义上大家对鞋油的认识。为了体现产品高档大气的特点，在这里不直接采用照片的形式，而是采用手绘风格的处理方法，通过整体文字与图形之间的点线面的关系达到预期的效果。包装盒结构采用六面长方形盒，容器选用深色胶管。确定完设计思路以后，可以绘制草图，确定基本的效果，如图**4.21**所示。



图4.21　草图效果

3．设计制作

按照确定好的草图效果，应该先找到适合的图片素材以备使用，如图**4.22**和图**4.23**所示。接下来，按顺序制作包装盒的展开图、标签和包装效果图。

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图4.22　素材1



图4.23　素材2

步骤1：打开**Illustrator**软件，新建文件，高度和宽度分别设为“**21** 厘米”、“**29.7**厘米”，绘制如图**4.24**所示的展开图。中间的 4 个面尺寸为“**4.5**厘米×**15**厘米”、“**3.5**厘米×**15**厘米”、“**4.5**厘米×**15**厘米”、“**3.5**×**15**厘米”，折叠的部位采用虚线表示。

步骤2：打开**Photoshop**软件，新建文件，命名为“鞋油展开图”，设定文件宽度和高度分别为“**21**厘米”、“**29.7**厘米”，分辨率为“**300**像素/英寸”。在**Illustrator**中将绘制

好的展开图复制并粘贴到Photoshop中。新建“图层1”，创建矩形选区，将展开图填充为深绿色，如图4.25所示（考虑到后期印刷因素，靠近边缘面的应多出3mm的出血）。

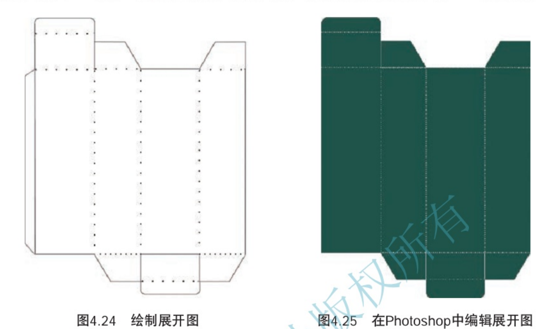


图4.24　绘制展开图　　图4.25　在Photoshop中编辑展开图

步骤3：在Illustrator中，绘制如图4.26和图4.27所示的图形，并按图填充绿色（建议值C:100 M:55 Y:77 K: 47）和米黄色（建议值C:15 M:10 Y:60 K:0）。



图4.26　在Illustrator中编辑的图形 1　　图4.27　在Illustrator中编辑的图形 2

北京大学出版社版权所有 禁止转载

步骤4：将在Illustrator中绘制好的图形导入到Photoshop的“鞋油展开图”中，如图4.28所示。

步骤5：打开素材2，将标志拖曳至“鞋油展开图”中，为其描绿色边框（建议值C:100 M:55　Y:77 K: 47），如图4.29所示。随后使用快捷键Ctrl+T调整其大小，并调整其位置，如图4.30所示。

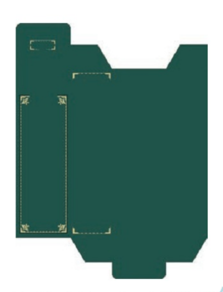


图4.28　在Photoshop中排列图形





图4.29　在Photoshop中给Logo描边

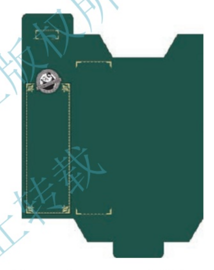


图4.30　在Photoshop中排列Logo

北京大学出版社版权所有 禁止转载

步骤**6**：将品牌名称与产品名称进行设计排列，如图**4.31**所示，调整至画面内，如图**4.32**所示。



图4.31　在Photoshop中设计名称

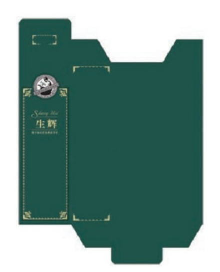
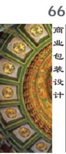


图4.32　在Photoshop中排列名称



步骤7：在画面中排列产品英文名称、素材1、净含量元素，如图**4.33**所示。

步骤8：将包装盒正面完整地复制到另一面，如图**4.34**所示。

步骤9：在画面中排列包装盒侧面文字信息、条形码，如图**4.35**所示。

步骤10：在画面中排列包装盒上盖、下盖的文字信息，如图**4.36**所示。

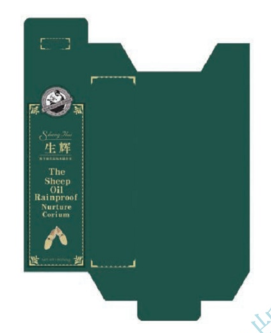


图4.33　在Photoshop中排列文字信息与图形

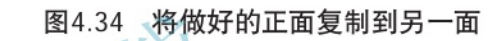


图4.34　将做好的正面复制到另一面

北京大学出版社版权所有
禁止转载





图4.35　在Photoshop中排列文字信息与条形码　图4.36　在Photoshop中排列上盖、下盖的文字信息

步骤11：在画面中排列包装盒折口的文字信息，完成外包装的制作，如图**4.37**所示。

步骤12：制作胶管。首先在**Photoshop**新建一个宽度为“**21**厘米”，高度为“**29.7**厘米”的文件，绘制如图**4.38**所示的图形。





图4.37　在Photoshop中完成最终的展开图



图4.38　在Photoshop中绘制图形

步骤**13**：继续绘制管体的尾部，并绘制白线来充当纹理，如图**4.39**所示。

步骤**14**：制作立体效果，首先在管体尾部绘制路径，生成选区，如图**4.40**所示。

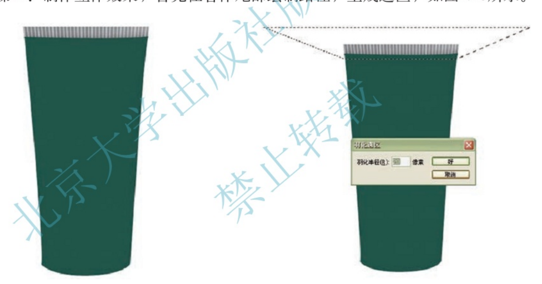


图4.39　在Photoshop中绘制管体尾部

图4.40　在Photoshop中绘制路径并羽化

北京大学出版社版权所有
禁止转载

步骤**15**：将选区羽化“**20**像素”，选择【图像】|【调整】|【亮度对比度】命令，在打开的对话框中调整亮度为“**70**”，对比度为“**-30**”，如图**4.41**所示。

步骤**16**：按照同样的方法绘制胶管的右边，并调整亮度和对比度，使其产生立体效果，如图**4.42**和图**4.43**所示。



图4.41　在Photoshop中调整亮度对比度





图4.42　在Photoshop中绘制路径　　　　图4.43　在Photoshop中调整亮度和对比度

北京大学出版社版权所有
禁止转载

步骤17：按照同样的方法绘制胶管的左边，并调整亮度和对比度，亮度为“-50”，对比度为“20”，如图4.44所示。

步骤18：绘制瓶盖，填充为灰色至白色的渐变，描“1px”的灰边，让其产生立体效果，如图4.45、图4.46和图4.47所示。



图4.44　在Photoshop中调整胶管左侧　　　　图4.45　在Photoshop中绘制瓶盖

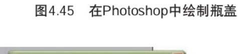
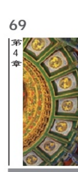






图4.46　在Photoshop中为瓶盖添加渐变　　　　图4.47　在Photoshop中为瓶盖描边



步骤19：调整瓶盖接缝处瓶体的明暗效果，使其更加逼真，如图4.48和图4.49所示。

步骤20：调整盒体信息文字的大小，移到胶管正面，完成胶管的制作，如图4.50所示。

步骤21：制作展示效果。新建一个黑白渐变的画布，把之前做好的胶管拖入画布，调整位置，复制胶管，垂直翻转，为翻转后的图像添加图层蒙版，制作渐隐效果。同理制作盒体的立体效果，调整大小，完成制作，如图4.51、图4.52和图4.53所示。

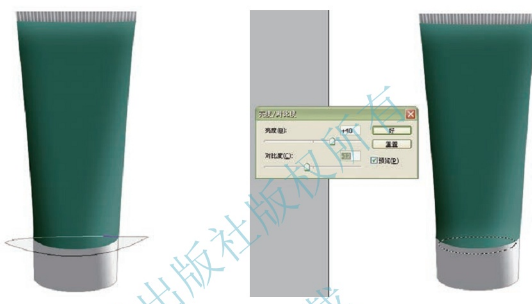


图4.48　在Photoshop中在瓶盖接缝处绘制路径　　图4.49　在Photoshop中调整瓶盖接缝处明暗对比

北京大学出版社版权所有
禁止转载



图4.50　在Photoshop中调整文字大小后完成制作



图4.51　在Photoshop中绘制黑白渐变画布





图4.52　在Photoshop中调整胶管位置和大小并制作投影

图4.53　在Photoshop中绘制盒体立体效果并完成立体展示

北京大学出版社版权所有
禁止转载

4.6　项目小结

通过该项目的制作，可以深入了解日用品包装设计的要点和基本流程。经过对项目的各个环节进行分析，可以总结出以下几个要点。

（1）在设计构思阶段要根据设计定位有效进行构思创意，以一种独立性、 创新性、多维性、整合性的思维模式进行思考。

（2）日用品的外形设计和材质都要考虑到内部产品的属性，是液体、膏状还是粉状体。设计风格要遵循产品的定位和消费者的心理特征。

（3）在设计制作阶段要注意细节的处理，合理安排图形和文字的大小、位置，能够经得起反复推敲。

4.7　课后训练

题目：“玉斯洁Apower+强效除渍洁白牙膏”整套包装设计

1．背景说明

桂林云汉日用化工有限责任公司成立于1999年5月，为民营企业，隶属于桂林市高新技术产业开发区经贸局。

公司主要从事中高档口腔护理产品的开发研制，历经数年的艰苦创业，公司目前已经拥有云汉西瓜霜、玉斯洁等两个系列共14个品种的牙膏产品以及牙刷。凭借过硬的产品质

量和灵活有效的营销机制，公司产品已遍布全国大部分大中城市的各大连锁商场，赢得了广大消费者的青睐。

公司拥有自动化程度较高的制膏、灌装生产线三条，年设计生产能力达5000吨。公司现有员工106人，其中，管理人员10人，工程技术人员7人，外派高级业务经理及销售主管66人，80%以上具有大专以上学历。

公司坚持自主开发新产品和新技术，2003年公司被认定为“广西区高新技术企业”；2003年、2004年公司的主导产品云汉牌西瓜霜中药牙膏和玉斯洁增白牙膏先后被认定为“广西区高新技术产品”；2004年，公司通过ISO 9001:2000质量管理体系认证，公司质量管理水平进一步提高，目前，云汉欲打造玉斯洁Apower⁺强效除渍洁白牙膏。

2．设计要求

云汉玉斯洁Apower⁺强效除渍洁白牙膏的创意设计，按照护肤品的种类特性，充分体现产品特点。不限包装材料、包装结构、管体形状及管体容量材质。要求设计管体、管贴及包装盒。要“主题明确、特色鲜明”，具有独创性和可生产性。体现高档牙膏产品的清新、典雅、亲和力强等特点，外观简约华美。

3．说明内容（以下内容需在包装中体现出来）

玉斯洁强效除渍洁白牙膏重120克。

1）基础增白，点滴关怀

溶解和清除烟、茶、咖啡等色素，强效增白；能深入牙缝排除牙垢，清除牙菌斑，有效防止牙结石的形成。

2）深层清洁，强效增白

特有Apower⁺持久活性因子，高速崩解，迅速分裂，能有效排除渗透到琅质的染色物质；能有效去除染色的薄膜和斑层，给琅质更光亮的表面和更高的光照度，达到深层彻底美白牙齿的作用。

3）细腻的感受

触觉细腻，丰满湿润的奶白膏体，配合高透发力、持久力的清新薄荷香精，能有效消除口腔异味，令口气持久清新；采用高档硅磨料，保护牙龈，使牙齿健康。

公司地址：桂林市骖鸾路高新大厦西侧1号厂区

邮　　编：541004

联系电话：0773-3111327

传　　真：0773-8476683

电子邮箱：yunhandata@163.com

公司网址：www.yun-han.com

广告语：感受Apower⁺，感受玉斯洁

北京大学出版社版权所有 禁止转载

